



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

**DO EMPREGO FORMAL AO INGRESSO NO MUNDO
EMPREENDEDOR: UM ESTUDO SOBRE EX-COLABORADORES DE
EMPRESAS DO RAMO CALÇADISTA EM BOM RETIRO DO SUL/RS**

Francielle Sutel Rosa

Lajeado, novembro de 2020

Francielle Sutel Rosa

**DO EMPREGO FORMAL AO INGRESSO NO MUNDO
EMPREENDEDOR: UM ESTUDO SOBRE EX-COLABORADORES DE
EMPRESAS DO RAMO CALÇADISTA EM BOM RETIRO DO SUL/RS**

Monografia apresentado na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso – Etapa II, da Universidade do Vale do Taquari – Univates, como parte da exigência para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Ma. Cristina Marmitt

Lajeado, novembro de 2020

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é fruto de uma realização pessoal e profissional, que busquei ao longo da minha graduação. É a consequência de muita dedicação, estudo e aperfeiçoamento.

Agradeço a minha família que sempre me apoiou ao longo de minha trajetória acadêmica, em especial aos meus pais, Liane Leite de Souza e José Luiz Sutel; minha irmã, Gabrielle Souza Sutel e meu marido, Dorisvelton Rosa, pelo apoio, compreensão e força para sempre fazer o melhor.

Gostaria também de destacar um agradecimento especial à minha sogra, Vera Regina Rosa e meu sogro, Dorisvaldo Rosa (em memória), que foram os grandes incentivadores através de suas histórias profissionais trilhadas no ramo calçadista. Através deles busquei inspiração para pesquisar e realizar esta monografia.

A todos os entrevistados que se propuseram a participar deste trabalho para auxiliar na coleta de dados para essa pesquisa.

E à minha orientadora, Ma. Cristina Marmitt, que me acompanhou neste período ensinando e auxiliando para que todos os processos dessa pesquisa ocorressem da maneira correta e precisa.

RESUMO

O empreendedorismo é o método de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes. O empreendedor pode ser motivado por necessidade (foco na sobrevivência) e por oportunidade (foco em realizar o sonho). A presente monografia aborda o tema empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade, e se propõe a identificar e analisar como ex-colaboradores de empresas do ramo calçadista do município de Bom Retiro do Sul/RS ingressaram no mundo do empreendedorismo e administram seus negócios. Os objetivos específicos se dividiram em conhecer quais fatores influenciaram os mesmos a se tornarem empreendedores, identificar as principais dificuldades e facilidades encontradas no processo, conhecer o perfil dos empreendedores e de seus empreendimentos e conhecer quais são seus planos para o futuro. Trata-se de uma pesquisa de caráter descritivo e de abordagem qualitativa, baseada em procedimentos técnicos de pesquisa bibliográfica, em que a coleta de dados é com base nas informações levantadas sobre o empreendedorismo e por uma entrevista com um roteiro estruturado que foi aplicado a dez empreendedores. A análise dos dados é qualitativa interpretativa, para buscar atingir o objetivo proposto, com base no autor Godoy (1995). Os principais resultados encontrados foram que 5 entrevistados empreenderam por necessidade e 5 por oportunidade, a maior parte deles continuou no ramo calçadista prestando serviços à outras indústrias de calçados, porém 3 deles ingressaram no ramo de comércio e a maior parte são empresas de pequeno porte. Os empreendedores entrevistados consideram ter as características do perfil empreendedor apontadas pelo SEBRAE, sendo que 4 deles diz não estabelecer rede de contatos. Dentre as principais dificuldades relatadas destacou-se falta de capital para investimentos, capacitar funcionários e falta de experiência no ramo de atividade. Todos têm planos de ampliar os negócios já existentes e de abrir novos negócios em ramos diferentes.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Motivações. Bom Retiro do Sul.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Taxa de empreendedorismo inicial por oportunidade ou necessidade no Brasil – 2002:2018	27
--	-----------

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características empreendedoras questionadas nas entrevistas	56
Quadro 2 – Resumo perfil do empreendedor e perfil do empreendimento	64
Quadro 3 – Resumo dos resultados da pesquisa.....	65

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Motivação dos empreendedores para oportunidade ou necessidade no Brasil em 2018	26
Tabela 2 - Gênero	46
Tabela 3 - Faixa etária.....	46
Tabela 4 - Grau de Instrução.....	47
Tabela 5 - Trabalharam nas indústrias calçadistas	47
Tabela 6 - Ramos de atividades, porte e número de funcionários	48

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Tema	12
1.1.1 Delimitação do tema	12
1.2 Problema	13
1.3 Objetivos	14
1.3.1 Objetivo geral	14
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4 Justificativa	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1 Empreendedorismo	16
2.1.1 Características do empreendedor	17
2.1.2 Fatores que influenciam o empreendedorismo	21
2.1.3 Empreendedorismo no Brasil	22
2.1.4 <i>Global Entrepreneurship Monitor</i>	24
2.2 Tipos de empreendedores	32
2.2.1 Empreendedores com foco na sobrevivência (por necessidade)	33
2.2.1.1 Determinantes pessoais do empreendedorismo por necessidade	33
2.2.1.2 Fatores que motivam o empreendedorismo por necessidade	35
2.2.2 Empreendedores com foco em realizar o sonho (por oportunidade)	35
2.2.2.1 Determinantes pessoais do empreendedorismo por oportunidade	36
2.2.2.2 Fatores que motivam o empreendedorismo por oportunidade	38

3 MÉTODO.....	41
3.1 Tipos de pesquisa	41
3.1.1 Quanto aos seus objetivos	41
3.1.2 Quanto à natureza da abordagem.....	42
3.1.3 Quanto aos procedimentos técnicos.....	42
3.2 Unidade de análise	43
3.3 Plano de coleta de dados	43
3.4 Plano de análise dos dados	44
3.5 Limitações do método	44
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	46
4.1 Perfil dos empreendedores	46
4.2 Fatores que influenciam o empreendedorismo	48
4.3 Principais dificuldades e as facilidades encontradas para administrar os novos negócios	54
4.4 Características do empreendedor.....	56
4.5 Planos para o futuro.....	63
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
REFERÊNCIAS.....	71
APÊNDICES	74
APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista	75
APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	77
ANEXOS.....	78
ANEXO A – Fábrica da Calçados Augustin Reichert S.A, em Canabarro - RS, no ano de 1974.....	79
ANEXO B – Funcionários da Calçados Augustin Reichert S.A, em Canabarro – RS, no ano de 1974.....	79
ANEXO C – Planta das fábricas da Calçados Reifer Ltda, na década de 1980. A Matriz localizava-se em Canabarro - RS e a Filial 1 em Bom Retiro do Sul - RS.....	80
ANEXO D – Funcionários da Calçados Reifer Ltda de Bom Retiro do Sul, na década de 1980.....	80
ANEXO E – Funcionários da Calçados Reifer Ltda em Bom Retiro do Sul, em 1993.....	81
ANEXO F – Creche da Dakota Calçados Ltda, para os funcionários.....	81

**ANEXO G – Entrada principal da Creche da Dakota Calçados
Ltda.....82**

1 INTRODUÇÃO

É comum pensar que para ser empreendedor basta apenas abrir um negócio próprio ou inovar um negócio já existente no mercado, que para isso é necessário ter a iniciativa perante as distintas oportunidades e diversidades do mercado, onde o empreendedor precisa ter como aliada a inovação.

Dolabela apud Cielo (2001, p. 19) diz que os empreendedores são considerados impulsionadores da economia, como agentes de mudanças. Uma vez que inovam, e criam oportunidades de negócios, em busca de novos produtos e serviços para a sociedade.

Para Ferreira, Dias e Pereira apud Cielo (2001, p. 20) o espírito empreendedor está inteiramente ligado com a satisfação de necessidades, enfrentamento das crises e com o ato de buscas por oportunidades, percebendo então a disposição de inovar como um aliado ao empreendedor.

Conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SP, 2016), o empreendedorismo tem um papel muito significativo na sociedade perante os atos motivadores que impulsionam mais pessoas a abrirem o seu próprio negócio, inovar atividades em prol de alcançar as necessidades de toda a coletividade.

O empreendedorismo causa o despertar das pessoas em relação aos seus potenciais intuitivos e racionais para a criatividade e motivação. É um processo de ação para programar um negócio ou as mudanças em empresas já existentes, com

foco em inovações e riscos.

Hisrich e Peter 2004 (*apud* BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 26) aponta que “O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”.

Segundo informações do *e-book*: Empreendedorismo como opção de carreira, Sebrae-SP (2016), o empreendedorismo no Brasil nos últimos anos, teve muitos motivos favoráveis para o seu crescimento, no qual destaca-se o acesso à informação sobre os negócios oferecidos a população. Outro fator foi a criação de políticas públicas e o incentivo à incubadoras disponíveis em universidades, por exemplo, que auxiliam e treinam professores e alunos nesse ambiente empreendedor.

Segundo os dados obtidos pelo relatório executivo da GEM de 2015, “Na última década, a atividade empreendedora no país deu um salto: cresceu 50%. Hoje, dois em cada cinco brasileiros entre 18 e 64 anos têm um negócio ou estão envolvidos na criação de um” (SEBRAE-SP, 2016, p. 7).

Há dois tipos de empreendedores abordados neste presente trabalho: empreendedores por necessidade e por oportunidade. Os empreendedores por necessidade geralmente empreendem pelo fato do desemprego e para os seus sustentos encontram a iniciativa e atividade empreendedora, porém para fazer essa análise é preciso levar em conta questões como a situação de desemprego e oferta de empregos, para melhor exemplificar, supõe-se que uma pessoa desempregada optou empreender, e tempo depois aumentou a oferta de empregos e vagas, este mesmo empreendedor pode optar em ocupar uma vaga de emprego por estar em busca de recolocação profissional e abandonar o seu negócio. Já os empreendedores por oportunidade buscam e reconhecem oportunidades de negócio no mercado, buscam ideias inovadoras com base em conhecimentos específicos e visão sistêmica, em prol de um negócio mais duradouro.

Joseph Schumpeter 1949 (*apud* DORNELAS, 2012, p. 28) transcreve que o empreendedor por meio da introdução de novos produtos e serviços, modifica a ordem econômica existente, através da criação de novas formas de organização e

exploração de recursos e materiais.

Dentre as características empreendedoras existentes, Mello (2018) cita dez características fundamentais que devem ser destacadas, como por exemplo, estabelecer metas; buscar oportunidades e ter iniciativa; buscar informações; conquistar parceiros e rede de contatos; manter a qualidade de produtos e serviços e a eficiência; planejar e checar se esses planos estão sendo realizados; estar comprometido com os projetos; ser persistente; correr riscos calculados; ser independente e autoconfiante.

Nessa perspectiva, a cidade de Bom Retiro do Sul possui forte atividade no setor calçadista devido à instalação de duas grandes indústrias calçadistas: Calçados Reifer Ltda, filial 1 (Anexo C), instalada na cidade em 29/03/1978 e Dakota Calçados Ltda (Anexos F e G), instalada na cidade por volta de 1990, possuíram um quadro de pessoal com mais de mil funcionários cada. Devido à crise econômica mundial que assolava o setor coureiro-calçadista, desde 2006 as indústrias iniciaram a redução nos seus quadros de funcionários drasticamente até o seu fechamento em 2008.

Calçados Augustin Reichert S.A (Anexos A e B) pertencente ao grupo empresarial com a Calçados Reichert Ltda, formou uma nova indústria calçadista em Canabarro/RS. No início dos anos 80 a razão social mudou para Calçados Reifer Ltda (Anexos D e E).

Com isso, vários de seus colaboradores que ficaram desempregados, iniciaram seus próprios negócios, e devido à experiência adquirida neste setor, optaram por empreender. Sendo assim, houve um aumento de empreendimentos na cidade, que ao longo dos anos retomou a sua economia na área calçadista, através de vários empreendimentos prestadores de serviços no ramo calçadista e demais atividades econômicas.

Em meio a esse contexto, o presente estudo tem por objetivo analisar os motivos que estes empreendedores levaram em conta no momento de abrirem seus negócios.

1.1 Tema

Empreendedorismo se dá pelo fato da busca de autoconhecimento e pela busca de novas experiências com o intuito e potencial de inovação e abertura de empreendimentos que visam atender as necessidades da sociedade como um diferencial entre os existentes.

O tema do presente estudo está voltado para o empreendedorismo, que está em constante crescimento e entre os mais importantes fatores de mudanças sociais, econômicas e tecnológicas no mundo. É preciso compreender o empreendedorismo e o seu perfil, devido a sua importância para o desenvolvimento da sociedade.

1.1.1 Delimitação do tema

Empreendedores por necessidade são representados por pessoas envolvidas no empreendedorismo por falta de opção de trabalho, resultante de desemprego, e sem planejamento tendem ao fechamento em curto prazo.

“A necessidade leva alguns empreendedores a constituírem a sua própria empresa, não por considerarem que existe uma oportunidade que pode ser aproveitada, mas, antes, porque precisam suprir suas necessidades” (FERREIRA; SANTOS; SERRA, 2010, p. 12).

Empreendedores por oportunidade são representados por pessoas envolvidas em um negócio com um propósito de prosseguir a carreira, com planejamentos e conhecimentos prévios sobre o seu ramo.

“A oportunidade refere-se à percepção de que há opções de negócio que podem ser exploradas no mercado. Essas oportunidades podem estar, ou não, relacionadas ao nível de desenvolvimento do país” (FERREIRA; SANTOS; SERRA, 2010, p. 12).

O tema deste trabalho de pesquisa se delimita a pesquisar e analisar os motivos que influenciam e influenciaram os empreendedores, se são identificados por necessidade ou por oportunidade, especificamente, em Bom Retiro do Sul, local com grande número de empreendedores ligados diretamente ao ramo calçadista.

1.2 Problema

Tendo em vista a importância do estudo do empreendedorismo e seus aspectos influenciadores de modo global, nacional e local como atividades que exercem impactos positivos na economia e no desenvolvimento social, a pesquisa busca identificar os empreendedores por necessidade e por oportunidade, bem como os perfis se adequam a realidade local.

A economia do município de Bom Retiro do Sul era voltada para o setor calçadista, fato que se deu com a implantação de duas importantes indústrias calçadistas, Calçados Reifer Ltda na década de 1978 e Dakota Calçados Ltda na década de 1990. Ambas empresas tinham a preocupação de capacitar os seus colaboradores através de cursos e palestras. Como exemplo disso, a empresa Calçados Reifer Ltda.

Melhor exemplificando, a Calçados Reifer Ltda, realizava uma programação anual de treinamentos conforme as necessidades identificadas pelos gerentes, além das proposições do próprio RH conforme o momento, por exemplo, se tinha uma nova tendência no mercado, principalmente em relação à gestão e liderança, era elaborada uma programação de treinamentos para preparar os funcionários para isso, bem como treinamentos constantes também para integração de novos funcionários e segurança no trabalho. Eram realizadas palestras tanto em nível de segurança, SIPAT, como motivacionais. Era investido também em capacitações externas, enviando profissionais para fazerem cursos renomados em diferentes locais dentro e fora do país. Investimentos em formação básica, ensino médio, superior e pós-graduação, inclusive com um curso de mestrado com a UFRGS dentro da empresa. Em relação ao direcionamento, sempre era de acordo com a função e a relação da temática da atividade, com programas para todos os níveis funcionais, desde operacional até a direção.

Com a abertura comercial global, o município tornou-se um grande exportador de calçados, porém devido à supervalorização da moeda brasileira, o real, provocou um desastre na política cambial brasileira, de modo que os calçados brasileiros perderam a competitividade fora do país, desde o final da década de 1990,

principalmente com a inserção da China nesse mercado, não sendo possível acompanhar o ritmo de crescimento dos produtos chineses nos Estados Unidos.

Diante desse cenário, as empresas foram impactadas financeiramente e tiveram que demitir funcionários e levou ao fechamento dessas (duas) indústrias calçadistas. O município que foi um grande exportador de calçados passou por uma transição e fez com que as pessoas que eram colaboradoras nestas empresas tivessem que buscar uma nova inserção no mercado de trabalho.

Deste modo, vários de seus ex-colaboradores iniciaram seus negócios próprios em diversos setores, como comércio, serviços e indústria. Quem optou em permanecer no ramo calçadista, presta serviços de acabamento de calçados para indústrias como Beira-Rio e Piccadilly, instaladas na região do Vale do Taquari-RS.

Busca-se responder ao seguinte problema de pesquisa:

Como ex-colaboradores de empresas do ramo calçadista em Bom Retiro do Sul/RS ingressaram no mundo do empreendedorismo e administram seus negócios?

1.3 Objetivos

Os objetivos deste trabalho se dividem em objetivo geral e objetivos específicos os quais condizem à pesquisa analisando o tema do empreendedorismo no setor calçadista de Bom Retiro do Sul.

1.3.1 Objetivo geral

Investigar como ex-colaboradores de empresas do ramo calçadista em Bom Retiro do Sul/RS ingressaram no mundo do empreendedorismo e administram seus negócios.

1.3.2 Objetivos específicos

- Conhecer quais fatores influenciaram os empreendedores a escolherem os novos ramos de atividade profissional.

- Identificar quais as principais dificuldades e as facilidades encontradas para administrar os novos negócios.
- Verificar quais os planos para o futuro

1.4 Justificativa

Tendo em vista que o município de estudo obtém grande número de empreendedores e como o empreendedorismo é importante na sociedade e se fez presente na construção da economia local, a pesquisa justifica-se na medida em que apresenta o perfil dos empreendedores, bem como entender os motivos que influenciaram a aderir tal posicionamento.

Os resultados obtidos neste estudo podem trazer um amplo conhecimento para as organizações envolvidas e para a sociedade de Bom Retiro do Sul, de modo que poderão conhecer o perfil empreendedor, assim como entender como se deu esta classificação. A cidade passou por uma renovação e a sociedade teve que se reinventar e se adequar perante os fatores externos que causaram uma recessão econômica e uma drástica queda e recolocação no mercado de trabalho. Devido a isso se dá a importância desse entendimento de como os empreendedores atuais trilharam este caminho até onde estão.

Este estudo tem grande valia para a acadêmica que reside no município em questão, com o intuito de agregar valor e conhecer o perfil empreendedor estabelecido na sua cidade, perfil este que define os fatos ocorridos mencionados anteriormente no âmbito empresarial. Para a Universidade do Vale do Taquari – UNIVATES e demais acadêmicos, a importância se destaca no aspecto de conhecimento mais aprofundado no tema em questão no município de Bom Retiro do Sul – RS.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são discutidos conceitos e teorias relacionadas ao empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, tipos de empreendedores, empreendedores motivados por oportunidade ou por necessidade.

2.1 Empreendedorismo

Baggio e Baggio (2014) destacam que há duas teorias do empreendedorismo: a teoria econômica, admitida também como schumpeteriana, na qual apresenta que os economistas foram os primeiros a atingirem a importância do empreendedorismo, destacam-se os nomes de Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter. A teoria comportamentalista teve como objetivo ampliar o conhecimento sobre o comportamento humano e motivação, destacam-se os especialistas psicólogos, sociólogos, entre outros.

Ainda cita Baggio e Baggio (2014) que foi David C. McClelland que iniciou com a ciência do comportamento humano e Max Weber identificou o sistema de valores dos empreendedores como inovadores e independentes na liderança dos negócios.

Zarpellon 2010 (*apud* BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 28) relata que “os economistas associaram o empreendedor à inovação e os comportamentalistas que enfatizam aspectos atitudinais, com a criatividade e a intuição”.

Hisrich 1986 (*apud* DORNELAS, 2012, p. 19) descreve que “o termo

empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo”. O intra-empreendedor pode ser ou não a pessoa que apresenta primeiro uma ideia, faz o que é preciso ser feito e solicita ajuda dos outros, independente de estar trabalhando em uma ideia própria ou realizando a ideia de outro, ou seja, transforma uma ideia em realidade dentro de uma empresa (PINCHOT, 2004)

Muitos autores contribuíram com abordagens a respeito do termo empreendedorismo. Hashimoto (2006) cita que em 1755 foi registrado por Richard Cantillon, o primeiro uso deste termo, no qual descreve a receptividade ao risco de comprar algo por estimulado valor e vendê-lo de modo incerto. Ressalta ainda que, em 1803, Jean Baptiste Say, deliberou este termo com uma definição ampliada, sendo que o empreendedorismo relaciona-se a quem transfere recursos econômicos de um setor para outro, elevando o seu nível, porém com mais rendimento, é considerado um empreendedor ao abrir o seu próprio negócio.

Segundo Oliveira (2014), o economista Joseph Schumpeter idealizou o termo empreendedorismo em 1949, mencionando a condição de um executivo ter um grau elevado de criatividade e consequentemente obter resultados positivos com base em inovações. Em 1950, foi incorporado o conceito de risco ao empreendedorismo por Peter Druker.

“Empreendedorismo está ligado a um comportamento, uma forma de se relacionar com o trabalho com mais iniciativa, autonomia e criatividade” (SEBRAE-SP, 2016, p. 5).

“Empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor” (DORNELAS, 2003, p. 35).

2.1.1 Características do empreendedor

Não existe um perfil único que define um empreendedor de sucesso, pois as experiências pessoais e profissionais, idades, fatores psicológicos e emocionais são distintas. Mas é possível destacar algumas características mais marcantes e

presentes de acordo com Ferreira, Santos e Serra (2010), como necessidade de ser independente e realizar; assunção de riscos moderados; autoconfiança; assunção de responsabilidade; capacidade de trabalho e energia; competências em relações humanas; criatividade e inovação; dedicação à empresa; persistência apesar do fracasso; inteligência na execução.

Para Dornelas (2014) se destacam vinte características empreendedoras que são:

Motivação: Geralmente se faz presente nos empreendedores, pelo fato de agirem em busca de um objetivo e/ou sonho, pois não é somente o fator monetário que traz realizações pessoais;

Iniciativa: Os empreendedores têm a iniciativa, são proativos e buscam estar à frente de seus concorrentes;

Paixão: Otimismo faz parte desses profissionais, pois realizam suas ações com amor em busca de realização de seu sonho e objetivo profissional e pessoal;

Visão: O empreendedor possui uma visão sistêmica com os cenários do mercado, obtendo assim uma visão do futuro;

Networking: É necessária uma boa rede de relacionamentos para que essas conexões possam ser úteis no desenvolvimento do negócio;

Liderança: Os empreendedores são autênticos e alguns buscam contagiar e inspirar as pessoas ao redor, resultante de uma liderança natural e bem aceita;

Trabalho em equipe: O sucesso no negócio depende do engajamento e trabalho de todos, cabendo assim ao empreendedor encontrar uma equipe que faça parte e busque os objetivos comuns definidos pela empresa;

Fazer a diferença: O empreendedor precisa ter atitude e fazer acontecer o planejado;

Conhecimento: Um dos fatores que contribui para o sucesso do negócio está nas pessoas, o conhecimento amplo fará toda a diferença e impactará no sucesso do negócio;

Criatividade: O empreendedor naturalmente é criativo, pois busca inovar seus produtos ou serviços por meio de novas oportunidades;

Dinamismo: Um empreendedor dinâmico deve estar inconformado com a calmaria. Um empreendedor dinâmico tem que medir essa característica para não pecar por falta de paciência;

Assumir riscos: É considerada a essência de o empreendedor assumir riscos em busca de resultados e objetivos;

Planejamento: O empreendedor precisa deixar bem claro os seus objetivos, do que se quer e aonde quer chegar, para então realizar um planejamento baseado nessas informações;

Organização: A organização faz parte do empreendedor que busca juntar as partes para formar o todo;

Explorar oportunidades: As oportunidades são oferecidas através da criação de ideias em prol de solucionar problemas e oferecer algo inovador;

Tomar decisões: É preciso ter em mente que a tomada de decisões é muito importante e deve ser feita no momento certo para que não se desperdice nenhuma oportunidade;

Dedicação: Os empreendedores são muito envolvidos no negócio, desenvolvendo total dedicação, mas sempre deve ser uma dedicação na medida certa para não desencadear algumas disfunções e excessos. Deve haver o equilíbrio entre a dedicação no trabalho e dedicação pessoal;

Autonomia: Os empreendedores são independentes, têm total autonomia na tomada de decisões e total controle da situação;

Persuasão: A persuasão de vender seus produtos e/ ou serviços faz parte da conquista dos clientes em busca de melhor oferta. Aliada de outras características, a persuasão é uma forte aliada do empreendedor;

Valor para a sociedade: Através da geração de empregos, geração e pagamento de impostos, gera valor para a sociedade contribuindo para o

desenvolvimento econômico do local.

Além disso, o SEBRAE através de uma pesquisa aborda dez características fundamentais presentes nos empreendedores, segundo Mello (2018):

Estabelecer metas: Deve ter em mente as metas atingíveis a longo e curto prazo para poder atingir os objetivos da empresa e resultados estabelecidos;

Buscar oportunidades e ter iniciativa: O empreendedor se antecipa perante aos fatos e cria oportunidades de novos produtos ou serviços, através de atitudes em busca de oportunidades de expansão do seu negócio;

Buscar informações: O empreendedor precisa estar atualizado e sempre em busca de informações de seu próprio negócio, clientes, fornecedores e mercado concorrente para então oferecer novos produtos ou serviços;

Conquistar parceiros e formar rede de contatos: Estabelecer uma estratégia de relacionamentos chave que contribuirão para alcançar os objetivos da empresa, através de apoio e expandindo relacionamentos comerciais;

Manter a qualidade dos produtos e serviços e a eficiência: O empreendedor sempre busca uma melhora constante de seu negócio com o propósito de satisfazer seus clientes entregando os produtos ou serviços com a qualidade desejada de modo eficiente, cumprindo assim os padrões pré-estabelecidos de qualidade;

Planejar e checar se esses planos estão sendo realizados: Essa característica bem definida e executada permite ao empreendedor agir de forma segura nas tomadas de decisões, enfrentar desafios e ser capaz de mudanças imediatas forçadas pelo mercado;

Estar comprometido com projetos: Esta característica além de ser pessoal, depende de resultados da equipe e resultados obtidos do relacionamento de seus clientes para então atingir os objetivos;

Ser persistente: Enfrentando obstáculos e desafios para alcançar o sucesso e concluir seus objetivos;

Correr riscos calculados: Neste momento o empreendedor avalia e toma as

suas decisões de modo a reduzir chances de erros, sempre com a finalidade de obter sucesso com suas escolhas;

Ser independente e autoconfiante: O empreendedor confia em suas próprias opiniões, ações e decisões, transmite confiança e determinação por sua autonomia.

2.1.2 Fatores que influenciam o empreendedorismo

Deve ser considerado os fatores externos, que geralmente não é possível ter controle sobre eles, e apresentam certos níveis de influências, sendo com muita ou pouca intensidade, refletindo positivamente ou negativamente e com duração curta, média ou longa ao decorrer da ação de desenvolvimento do empreendedorismo.

Conforme Dornelas (2012) o processo empreendedor é resultante de fatores externos, ambientais e sociais, aptidões pessoais ou pela união de todos eles, sendo cruciais para criação de um negócio.

Para Oliveira (2014) alguns fatores são mais ativos nessa influência:

- a) Situação da economia – se a economia está em crescimento, de modo estável e de certo modo consolidada, gera um sentimento de otimismo e perseverança nas pessoas que as impulsionam para a concretização de abertura do seu próprio negócio;
- b) Incentivos regionais – determinados locais oferecem incentivos aos empreendedores, em determinadas situações, facilitando e gerando grande resultado, pois gera isenção de impostos, às vezes altos e facilitação no processo burocrático. Esses incentivos são muito válidos para o empreendedorismo mesmo que sejam temporários e direcionados a certas atividades econômicas;
- c) Modelos de novos negócios – as franquias estão elencadas no grupo do surgimento de novos negócios, pois vem proporcionando facilidades que refletem no desenvolvimento do empreendedorismo;
- d) Desemprego – o fator desemprego geralmente ocasiona e leva ao empreendedorismo por necessidade, que entra para a estatística de

empreendimentos fracassados, devido a isso, não se pode deixar de levar em consideração as oscilações da economia e a realidade do país, Estados e municípios naquele momento;

- e) Nível de relacionamentos – o ciclo dos relacionamentos de pessoas empreendedoras faz com que uma nova pessoa tenha interesse e venha a empreender também. Porém o entusiasmo muitas vezes pode acarretar em um fracasso, se não for feito uma análise quanto aos conhecimentos e capacidades necessárias de empreendedor.

Deste modo, Ferreira, Santos e Serra (2010) destacam também alguns fatores que devem ser considerados no momento de criação de novas empresas, ou seja, que influenciam o empreendedor:

- a) Fatores organizacionais, que envolvem a equipe e suas estratégias;
- b) Fatores sociológicos, que incluem as percepções e relacionamentos;
- c) Fatores pessoais, que considera as necessidades de realizações e controles, conhecimento, experiência e o fato de assumir riscos;
- d) Fatores demográficos, que incluem idade, gênero e educação;
- e) Fatores de restrições ambientais, que envolvem a influência governamental, rivalidade de concorrentes e poder de negociações;
- f) Fatores de ambiente, que contempla o capital financeiro, infraestrutura, acessibilidade a clientes e fornecedores e presença de empreendedores experientes.

2.1.3 Empreendedorismo no Brasil

Para Dornelas (2012) o empreendedorismo se intensificou na década de 1990, sendo o centro das políticas públicas em diversos países, como por exemplo, implantação de programas de incubação de empresas em parques tecnológicos; programas de incentivos governamentais promovendo a inovação e tecnologia, bem como para criação e desenvolvimento de novas empresas; criação de agências e

entidades para suporte ao empreendedorismo, entre outros. Devido a isso se entende que o empreendedorismo impulsiona o poder econômico dos países, decorrente da competitividade dos empreendedores.

Ferreira, Santos, Serra (2010) relatam que há três fraquezas limitadoras para a execução da atividade empreendedora no país, sendo elas: Políticas governamentais, tendo como relevância a burocracia; Apoio financeiro e Programas de educação e capacitação. Os autores citam nove categorias para as condições nacionais, conforme relatório do GEM de 2006: Governo; Mercados Financeiros; Tecnologia, Pesquisa e Desenvolvimento (P&D); Educação; Infraestrutura; Gestão; Mercado de trabalho; Instituições e Grau de abertura.

Com base nessas condições, Ferreira, Santos, Serra (2010) destacam que o Brasil ainda possui um gargalo quanto à infraestrutura, que apesar de melhorias, esse é um problema decorrente para o desenvolvimento nacional atualmente. Os mercados financeiros tem ganhado força e os meios para a constituição de novas empresas estão em busca de simplificação.

De acordo com o relatório do GEM de 2018, e nas respostas de 41 especialistas entrevistados, eles apontaram que os brasileiros possuem grande capacidade empreendedora, que o Brasil contribui para o surgimento e consolidação de novos negócios e que o país nos últimos anos tem implantado programas governamentais para facilitar e motivar o empreendedorismo. Porém, foram citados alguns pontos que devem ser melhorados, como as políticas governamentais, mais especificamente voltadas aos tributos e a burocracia, bem como o apoio financeiro que gera uma barreira ao empreendedor quando ocorre a restrição de crédito e a educação e capacitação que de certa forma limita as possibilidades de formação dos empreendedores para alcançar um maior impacto econômico e social.

Os especialistas fizeram algumas recomendações de melhorias nas condições de empreender no Brasil:

Quanto às políticas governamentais, impostos diretos menores para os empreendedores iniciais; desenvolver iniciativas com foco em aumentar a produtividade do país relacionado a tributos e simplificação do sistema tributário; desenvolver políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo.

Quanto à educação e capacitação, promover a educação empreendedora nas escolas e práticas que estimulem o empreendedorismo em todos os níveis escolares; desenvolver iniciativas com foco em aumentar a produtividade do país relacionado à educação da força de trabalho.

Quanto ao apoio financeiro, criação e expansão de linhas de crédito para impulsionar os empreendedores; aumento de oferta de capital aos empreendedores para ampliar os negócios.

2.1.4 *Global Entrepreneurship Monitor*

Para medir a atividade empreendedora dos países, relacionada ao crescimento econômico, um grupo de pesquisadores idealizou e organizou no ano de 1997, o projeto GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), em conjunto com Babson College (Estados Unidos) e London Business School (Inglaterra). Este projeto divulga informações anuais sobre o empreendedorismo mundial e local para os países envolvidos, definindo um ranking mundial. Com base nesse estudo anual do GEM, originaram-se duas definições de empreendedorismo. A primeira é o empreendedorismo por oportunidade, no qual a empresa está atrelada ao crescimento econômico e há um planejamento prévio de crescimento e geração de lucros. A segunda é o empreendedorismo por necessidade, que devido à falta de opção, que não são planejadas de maneira adequada, fracassam e não geram desenvolvimento econômico (DORNELAS, 2012).

Com base na fonte GEM de 2006:

De acordo com o GEM, só 7% dos empreendedores geram novos nichos de mercado, e 70% das novas empresas oferecem produtos ou serviços concorrentes de outros já existentes e similares, utilizando tecnologia já conhecida – portanto, que não são baseadas em inovações tecnológicas (FERREIRA; SANTOS; SERRA, 2010, p. 5).

Dornelas (2012) destaca que o Brasil não faz proveito do seu grande potencial empreendedor para ser mais efetivo no comércio internacional, devido ao fato de grande parte dos empreendedores não terem o foco nos mercados internacionais, tornando assim as oportunidades mais restritas ao mercado interno.

Dornelas (2012) relata ainda que a partir da primeira edição do relatório GEM,

em 2000, a alta taxa de empreendedorismo no Brasil era resultante do composto de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, tendo prevalência a opção por necessidade. Porém nas últimas edições observou-se que decorrente da mudança de mentalidade e de perfil de muitos empreendedores brasileiros, a taxa de empreendedorismo está voltada para a oportunidade.

Com base na pesquisa realizada em 2018, o projeto *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM, no Brasil, segue informações apontadas pelo Relatório Executivo 2018:

- a) A pesquisa feita com a população adulta (APS) é possível analisar as taxas, estimativas e outros dados relevantes à atividade empreendedora no Brasil em 2018. Foi uma pesquisa elaborada com uma amostra da população brasileira adulta entre 18 anos e 64 anos.

A taxa de empreendedorismo total (TTE) engloba os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora, ou seja, é o conjunto dos empreendedores tanto iniciais quanto estabelecidos (GEM, 2018, p. 9).

A taxa de empreendedorismo inicial (TEA) engloba os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora em estágio nascente ou com um empreendimento novo. Tanto os empreendedores nascentes quanto os novos pertencem à classificação dos empreendedores em estágio inicial, ou simplesmente empreendedores iniciais (GEM, 2018, p. 9).

A taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE), por sua vez, envolve os indivíduos que administram e são proprietários de negócios já consolidados que pagaram alguma remuneração aos seus proprietários por um período superior a 42 meses (GEM, 2018, p. 10).

Com base na pesquisa, em 2018 a taxa de empreendedorismo total foi de 38%, estimando que aproximadamente 52 milhões de pessoas entre 18 e 64 anos lideravam alguma atividade empreendedora. A taxa de empreendedores estabelecidos foi de 20,2% superando a taxa de empreendedores iniciais que foi de 17,9%, sendo possível relatar que o ano de 2018 os empreendedores consolidaram os seus negócios que foram criados no período anterior.

É possível identificar as taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE, no Brasil entre os anos de 2002 e 2018. No ano de 2018 teve uma queda de 2,4% em relação ao ano de 2017 entre os empreendedores iniciais, em contraponto observou-se que houve uma alta de 3,7% em relação ao ano de 2017 entre os empreendedores estabelecidos, confirmando

assim que os empreendimentos iniciados em 2017 se estabeleceram no ano seguinte.

Para compreender o empreendedorismo é preciso observar a motivação que leva as pessoas a buscarem essa atividade, que é caracterizada por motivo de sobrevivência ou oportunidade de mercado. O GEM classificou estas duas categorias como empreendedor por oportunidade e por necessidade.

Analisando os dados de 2018 foi possível identificar que houve um aumento entre essas duas categorias, sendo que para cada empreendedor inicial por necessidade há 1,6 empreendedores por oportunidade, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 – Motivação dos empreendedores para oportunidade ou necessidade no Brasil em 2018

Motivação	Taxas	Percentual da TEA	Estimativa
Oportunidade	11,0	61,8	15.107.684
Necessidade	6,7	37,5	9.176.644
Razão Oportunidade/ Necessidade		1,6	

Fonte: GEM Brasil 2018

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² Proporção sobre a TEA: A soma dos valores pode não totalizar 100% quando houver recusas e/ou respostas ausentes

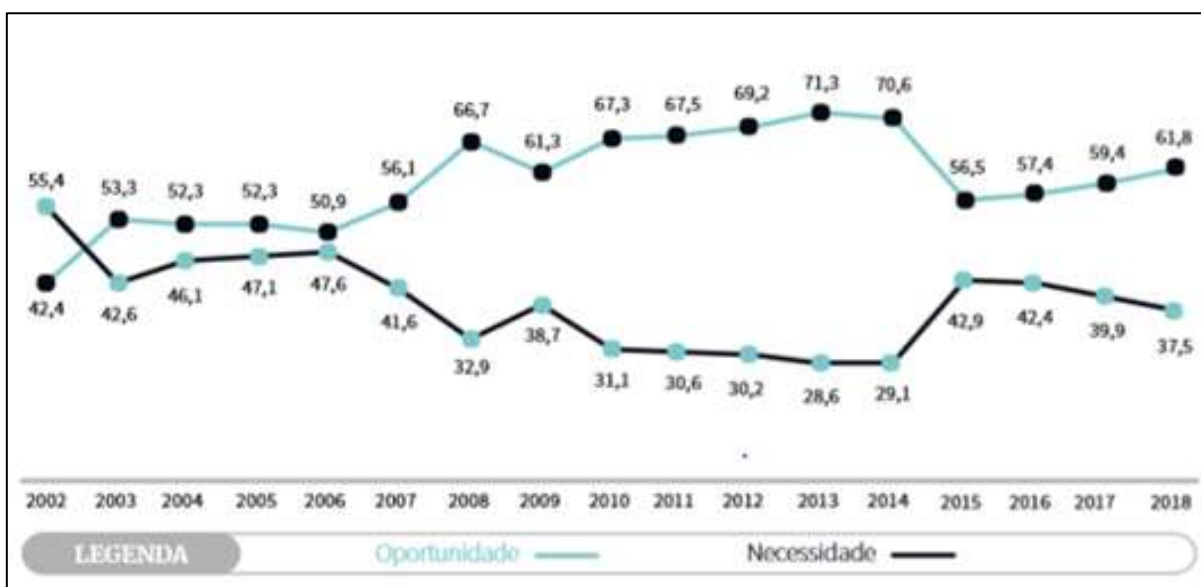
³ Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2018: 136,8 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2018).

⁴ Exemplo de interpretação: para cada 1 empreendedor por necessidade, 1,6 empreende por oportunidade

Fonte: Adaptado pela autora com base em Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2018).

É possível observar que entre os anos de 2014 e 2015 houve uma drástica mudança entre as categorias devido à crise econômica brasileira estabelecida nesse período, mas que ao longo dos anos há um aumento gradativo na categoria empreendedora por oportunidade devido à recuperação econômica. Em 2018, empreendedores por oportunidade possui uma taxa de 61,8% e os empreendedores por necessidade uma taxa de 37,5%, como se pode observar no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Taxa de empreendedorismo inicial por oportunidade ou necessidade no Brasil – 2002:2018



Fonte: Adaptado pela autora com base em Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2018).

Também foram abordadas as taxas específicas, que diferentemente das taxas gerais que contemplam a população em geral, as taxas específicas abordam com base nas variáveis sócio demográficas, como por exemplo, gênero, faixa etária, escolaridade e renda familiar.

Foi possível observar que em 2018 o empreendedorismo é maior entre os homens do que entre as mulheres. No empreendedorismo inicial a diferença é de apenas 1,2% a mais para os homens, mas no empreendedorismo estabelecido essa diferença cresce para 6,1% para os homens, demonstrando que os homens são mais ativos no empreendedorismo em relação as mulheres. Mesmo com essa diferença há uma grande representatividade das mulheres no mundo dos negócios, pois representam aproximadamente 23,8 milhões de brasileiras.

Quanto a faixa etária estimada dos empreendedores no Brasil em 2018, pode-se observar que há uma semelhança entre as taxas de empreendedores inicial entre as faixas etárias dos 18 anos aos 44 anos. As taxas de empreendedores iniciais são menores conforme as faixas etárias aumentam, entretanto quanto aos empreendedores estabelecidos esse percentual é o inverso, sendo as maiores taxas na presença das faixas etárias maiores.

Os empreendedores entre 45 anos e 54 anos são os mais ativos nos

negócios consolidados, representando a taxa de 31,5% equivalente a 8 milhões de empreendedores brasileiros.

Para melhor compreensão dessa variação da atividade empreendedora, um parâmetro relevante de acordo com o nível de escolaridade foi abordado. Foi possível analisar pouca variação entre as taxas nos empreendedores iniciais ponderando todos os níveis de escolaridade abordados. Com base nesse relatório, foi plausível identificar que o nível de escolaridade pouco influenciou entre os empreendedores no momento de iniciar um negócio. A diferença entre os níveis extremos é mínima, sendo 15,4% para quem possui o ensino fundamental incompleto e 15,9% para quem possui o ensino superior completo ou maior, porém se analisado a estimativa de indivíduos de cada percentual, quem possui o ensino fundamental incompleto representa 4,5 milhões de pessoas enquanto que para quem possui o ensino superior completo ou maior, representa apenas 2,4 milhões de pessoas.

A maior representatividade entre os indivíduos estão nas taxas de quem possui o nível de escolaridade médio completo, apresentando um contingente de 12,2 milhões de pessoas no estágio inicial e 10,5 milhões de pessoas com o negócio consolidado.

Sendo assim, 1/4 dos brasileiros que não concluíram o ensino médio está a frente dos negócios estabelecidos no Brasil, enquanto que os negócios estabelecidos por empreendedores com ensino superior completo representam 1/6 dos empreendedores com menos escolaridade.

Outro ponto abordado na pesquisa foi quanto às faixas de renda familiar por estágio de empreendimento. Para o empreendedorismo inicial não houve muitas diferenças entre as rendas familiares, sendo de apenas 1,7% entre quem possui até um salário mínimo, tendo a taxa de 17,6% e de quem possui mais de seis salários mínimos, tendo a taxa de 19,3%. Porém, a representatividade de quem possui até um salário mínimo é de 3,7 milhões de pessoas e 1,2 milhões de empreendedores brasileiros para quem possui a renda familiar mais alta.

Porém ao analisar o empreendedorismo estabelecido é possível perceber a influência da renda familiar. A taxa mais alta é de 34,4% para o grupo familiar com

mais de seis salários mínimos, tendo queda gradativamente em cada faixa. A menor taxa é de 14,6% para a faixa de quem possui até um salário mínimo. Concluindo que os empreendedores com maior renda familiar são mais ativos nos negócios.

- b) A pesquisa também fez a distribuição dos empreendedores segundo as características dos seus empreendimentos, pois além de conhecer o perfil dos empreendedores, aprofundar as análises em como os negócios são criados, estruturados e consolidados é importante para concluir esse estudo.

Foi elaborada a distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos conforme o setor de atividade econômica em 2018. A atividade predominante é a prestação de serviços, contemplando 69,9% dos empreendedores iniciais e 60,3% dos empreendedores estabelecidos. Nessa atividade é preciso distinguir que 58% dos empreendedores iniciais são orientados para o consumidor e 11,9% orientados para o negócio e, no entanto, 53,6% dos empreendedores estabelecidos são orientados para o consumidor e 6,7% orientados para o negócio.

As taxas industriais possuem grande representatividade, sendo 29,6% nos empreendedores iniciais e 37,9% para os empreendedores estabelecidos, a pesquisa envolveu atividades industriais simples, com baixo nível em tecnologia e capital. Ao contrário da prestação de serviços, a indústria está mais presente entre os empreendedores estabelecidos.

A pesquisa GEM analisou aspectos de empreendimentos com a busca pela inovação, pois este potencial tem relação direta com as expectativas de crescimento e continuidade, como por exemplo, nível de conhecimento do produto/serviço pelo mercado consumidor, nível de concorrência no local de atuação, tecnologia utilizada e entrada no mercado internacional.

Os empreendedores iniciais que afirmaram que seus produtos ou serviços serão novos para seus clientes ou parte deles expressam 8,4%, tendo uma redução de quase pela metade para 4,4% entre os empreendedores estabelecidos, demonstrando uma dificuldade para identificarem alternativas e terem atitudes inovadoras em seus empreendimentos.

Apenas 27,7% dos empreendedores iniciais e 29,9% dos empreendedores estabelecidos revelam possuir pouco ou nenhum concorrente na sua área, com isso observa-se que a grande parte de empreendedores possui grande número de concorrentes e produtos sem inovação, já conhecidos no mercado, havendo pouco diferencial competitivo nos negócios, o relatório GEM Brasil 2018 descreve que esse é um ponto que deve ser mais articulado para o empreendedorismo brasileiro.

A tecnologia não ocupa grande destaque entre os empreendedores brasileiros, sendo de 2,2% dos empreendedores iniciais que fazem uso da tecnologia em seus negócios e de apenas 0,8% está presente nos negócios estabelecidos.

Entre os empreendedores que possuem consumidores no exterior, apenas 0,7% está no estágio inicial e 1,1% presente nos negócios estabelecidos.

A pesquisa GEM Brasil 2018 abordou outro indicador relacionado à qualidade do empreendedorismo no Brasil com base na capacidade de número de empregos gerados, revelando desta forma, uma forte característica de auto emprego no empreendedorismo do Brasil.

Entre os empreendedores estabelecidos e iniciais o percentual é quase igualável pelo fato de não possuírem nenhum empregado, percentual esse que fica em torno dos 80%. Entre os empreendedores que geraram um empregado, resultam em 12,2% para os iniciais e 10,3% para os empreendedores estabelecidos. Os empreendedores que geraram dois ou mais empregados fica em torno de 6% tanto no estágio inicial ou estabelecido.

Mesmo com taxas menores, não são menos importantes, pois com base nos empreendedores iniciais que geraram um emprego, possibilitaram a geração de aproximadamente 6,5 milhões de postos de trabalho, sendo formais ou informais.

Para completar a análise feita pela pesquisa GEM Brasil 2018, foi avaliado o faturamento anual dos empreendimentos. Mais de 80% dos empreendimentos faturam até R\$ 36.000,00, tanto entre os empreendedores iniciais e os estabelecidos, gerando então entre um e três salários mínimos mensais, cumprindo assim a função social de proporcionar ocupação e renda. Já entre os que faturam mais de R\$

60.000,00 por ano e correspondente a cinco mil reais mensais, corresponde a 2,5% entre os empreendedores iniciais e 4,8% entre os empreendedores estabelecidos.

- c) Para analisar o perfil do empreendedor brasileiro também foi considerada a aceitação do tema pela sociedade.

As informações seguiram a mesma metodologia, com a pesquisa baseada na população adulta, podendo fazer uma análise entre os anos de 2017 e 2018, segundo a mentalidade empreendedora.

Em 2018, 33% da população brasileira revelou o sonho em ter um negócio próprio, este percentual teve um efetivo aumento em comparação aos 17,9% no ano de 2017. Para quem afirmou conhecer alguém que iniciou um negócio nos últimos dois anos foi de 46,5% em 2017 e teve uma queda em 2018 para 34,4%, esta taxa pode estar relacionada com menos empreendedores nascentes, constatado nessa pesquisa. As pessoas que percebem boas oportunidades em empreender nos próximos seis meses representam uma taxa de 46,4% em 2017 e que novamente teve uma queda em 2018 para 31,4%. Para quem afirmou ter conhecimento, habilidade e experiência para abrir um negócio representaram 55,9% em 2017 e em 2018 teve uma redução de 1,6%, passando então para 54,3%, mesmo com a diminuição as taxas mantiveram-se próximas nesses dois períodos, reforçando uma avaliação favorável aos atributos essenciais para iniciar um empreendimento. As pessoas que têm medo de fracassar, mas que isso não os impede de iniciar um negócio foi de 56,5% em 2017 e de 56% em 2018, mantendo-se quase inalterados.

- d) Para conhecer as condições e o que limitam o desenvolvimento de um empreendedor, a pesquisa GEM Brasil 2018 entrevistou especialistas nacionais para avaliarem as condições para empreender no Brasil, de modo a contribuir na melhoria econômica e social do país.

Esse processo de coleta de dados tem a sigla NES (*National Experts Survey*), são 41 profissionais públicos e privados, acadêmicos e empreendedores com alta experiência. A opinião deles permite uma visão do ambiente dos negócios desenvolvidos no Brasil, possibilitando recomendações e melhorias às atividades empreendedoras, como financiamento, políticas e programas governamentais de apoio, educação e capacitação, desenvolvimento de tecnologia e infraestrutura

(EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, 2018, p. 21).

Entre os principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios apresenta que 51,3 % dos especialistas citaram a capacidade empreendedora. 38,5% indicaram a abertura de mercado, devido a contribuir para o surgimento de novos negócios consolidados. E 18% destacaram que programas governamentais obtiveram êxito e promoveram o empreendedorismo.

Os principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios, passíveis de melhorias, demonstra que 73,8% apontaram as políticas governamentais, tendo como questões levantadas relacionadas aos tributos e burocracia. Outro fator levantado foi o apoio financeiro que para 42,9%, destacaram a restrição de crédito e suas dificuldades. A educação e capacitação foi citada por 40,5% dos especialistas, que de certa forma limitam o crescimento econômico e social dos empreendedores atuais, por terem dificuldades mesmo com capacitações concluídas.

Os especialistas apresentaram algumas recomendações nas áreas de intervenção para melhoria das condições para empreender no Brasil. A principal recomendação foi sobre as políticas governamentais, com 75% indicação dos especialistas. A segunda recomendação foi quanto à educação e capacitação, sendo expressa por 42,5%. E a terceira recomendação foi apoio financeiro com 32,5%.

2.2 Tipos de empreendedores

Oliveira (2014) destaca alguns tipos de empreendedores e frisa que todo profissional pode atuar sob determinadas situações do empreendedorismo.

Empreendedor externo – idealiza e constrói estrategicamente o seu negócio, derivando de resultados positivos e administra o risco do empreendimento;

Empreendedor interno – funcionário de uma empresa que apresenta iniciativa e propõe soluções para os processos e serviços da empresa, ficando evidenciado nesse caso o termo *intrapreneur*;

Pseudoempreendedor – é quem pensa em ser um empreendedor, mas não é;

Empreendedor por iniciativa – se arrisca, mas não tem uma ideia que sustente o negócio, não permitindo o sucesso do empreendimento;

Empreendedor por necessidade – devido a turbulentos momentos em sua vida profissional e por não ter um norte, assume o empreendedorismo;

Empreendedor por renovação – é quem reinventa o seu empreendimento, através de iniciativa e criatividade;

Empreendedor estrategista – está em conexão com os fatores externos, desenvolvendo estratégias para aperfeiçoar essa interação;

Empreendedor estadista – apura o modelo de gestão do empreendedor estrategista, constitui empreendimentos que cooperam com desenvolvimento consciente e sustentável de uma região e da economia em geral.

De acordo com Dornelas (2014) há vários tipos de empreendedores, mas dentre os mais comuns destacam-se os empreendedores com foco na sobrevivência (por necessidade) e os empreendedores com foco em realizar o sonho (oportunidade).

2.2.1 Empreendedores com foco na sobrevivência (por necessidade)

Empreendedor Cooperado – destacam-se os artesãos ligados a uma cooperativa; empreendedor rural associado a demais empreendedores de mesmo ramo para suprir a demanda.

Empreendedor Informal – são os empreendedores autônomos, ambulantes.

Empreendedor Individual – possuía um negócio informal, porém após legalizar pode contratar funcionários e tem possibilidade de crescimento podendo obter um negócio maior (DORNELAS, 2014)

2.2.1.1 Determinantes pessoais do empreendedorismo por necessidade

O empreendedorismo por necessidade não leva em consideração uma oportunidade existente e sim o motivo para suprir suas necessidades que podem ser

financeiras relacionadas ao desemprego. Em países menos desenvolvidos os níveis são elevados em relação a esta determinante. (FERREIRA; SANTOS; SERRA, 2010).

Monteiro *et al.* (apud ASSUNÇÃO; QUEIROZ ; COSTA, 2017), dispõem que o empreendedor por necessidade caracteriza-se por agir buscando meios de segurança e sobrevivência, sendo motivado a tentar negócios estimulado pela ausência de possibilidades de encargos e proventos. Demonstra assim que a falta de empregos tem sido desproporcional, o que acaba provocando uma determinada imposição e vulnerabilidade no indivíduo, motivando-o a arquitetar a sua própria fonte de renda como maneira de garantia financeira.

Para Cielo (2001), as necessidades dos empreendedores podem ser relacionadas com a teoria das necessidades de Abraham Maslow, onde primeiro as pessoas procuram satisfazer as necessidades básicas até atingir as necessidades de nível mais alto, como a hierarquia a seguir:

- a) Necessidades fisiológicas: estão na base da pirâmide e representam as necessidades básicas, como por exemplo, alimentação, habitação.
- b) Necessidades de segurança: é a necessidade de se sentir seguro, ter estabilidade no emprego.
- c) Necessidades sociais: contempla a necessidade de se relacionar com as pessoas tanto na família, emprego ou amigos.
- d) Necessidades de estima: é a necessidade de autoconfiança, independência, isso envolve o reconhecimento de nossas capacidades e o reconhecimento dos outros.
- e) Necessidades de auto realização: está ligada a realização pessoal, moralidade, criatividade e aceitação dos fatos.

Desse modo, Toneli *apud* Cielo (2001, p. 30) relata que “pode-se dizer que esta hierarquia de necessidades tem características situacionais, ou seja, dependendo da situação, uma ou outra das cinco características é buscada com mais ênfase”.

2.2.1.2 Fatores que motivam o empreendedorismo por necessidade

A esse respeito Dornelas (2014) destaca fatores que levam os empreendedores a essa situação:

- Falta de acesso a oportunidades de trabalho formal – este fato influencia pessoas a recorrer a essa alternativa, podendo ser decorrente da falta de preparo, conhecimento técnico e da própria educação formal, eliminando assim possibilidades a oportunidades de emprego. Nos países com alto nível de desemprego esse fator se faz bastante presente.
- Necessidade de recursos financeiros mínimos de sobrevivência – neste fator se destaca o trabalho informal que através da sua atividade provê os recursos necessários, como alimentação, por exemplo.
- Carência de conhecimento explícito – indivíduos que não tiveram acesso ao ensino formal ou não evoluíram no mesmo, tem menos chance e condições de ser empreendedor por oportunidade.
- Demissão e desemprego – em muitos casos o desemprego acarreta na perda de autoconfiança e a pessoa até deixa de acreditar em si mesma. Pode ter consequências maiores como a depressão e perda de valores pessoais. Neste caso a pessoa pode se tornar um empreendedor por necessidade e há a possibilidade de aderir ao empreendedorismo por oportunidade.

Para Vale, Corrêa e Reis (*apud* ASSUNÇÃO; QUEIROZ; COSTA, 2017), o empreendedor motivado por necessidade é aquele que abre uma organização pressionada pela ausência de escolhas de trabalho ou de outros meios financeiros.

2.2.2 Empreendedores com foco em realizar o sonho (por oportunidade)

Empreendedor social – pessoas que buscam um negócio sem fins lucrativos que visam um objetivo social.

Empreendedor corporativo – pessoas inovadoras e funcionários que tem

ideias e projetos para o crescimento da empresa em que atuam em diversos níveis hierárquicos.

Empreendedor público – comprometimento coletivo que visa melhorias nos serviços à população e utilizam os recursos com mais eficiência. Há muitos funcionários públicos considerados empreendedores públicos que trabalham em prol de um país, estado ou município mais justo.

Empreendedor do conhecimento – nesta categoria podem se enquadrar muitos exemplos, como um atleta, advogado, dentista, médico, em geral o profissional liberais que trabalha em prol da diferença.

Empreendedor do negócio próprio – a pessoa que busca autonomia cria uma empresa como estilo de vida sem maiores ambições de crescimento ou arrisca e até mesmo pode ser um franqueador (DORNELAS, 2014)

2.2.2.1 Determinantes pessoais do empreendedorismo por oportunidade

O empreendedorismo por oportunidade está atrelado à percepção que o empreendedor tem nas opções de negócio a serem exploradas, podendo estar ou não relacionadas com o nível de desenvolvimento do país em questão. Desta forma, pode-se dizer que o empreendedorismo está mais relacionado com a percepção de oportunidades de negócios do que com a percepção de ser uma alternativa ao desemprego (FERREIRA; SANTOS; SERRA, 2010).

De acordo com Degen (*apud* CIELO, 2001) as determinantes mais comuns para identificar as oportunidades são:

- a) Identificação de necessidades: buscar por necessidades não atendidas e criar produtos ou serviços a um preço que o consumidor esteja disposto a pagar;
- b) Observação de deficiências: abertura de empreendimentos parecidos aos já existentes, ainda mais aprimorado;
- c) Observação da tendência: neste caso o empreendedor tem de compreender as tendências que influenciam o dia-a-dia, tentando prever

quais e quando vão acontecer mudanças e como vão afetar o empreendimento;

- d) Derivação da ocupação atual: grande maioria das oportunidades de negócio está relacionada com a tarefa atual do empreendedor;
- e) Procura de outras aplicações: o empreendedor procurar outras aplicações para algum tipo de solução tecnológica, mercadológica, etc.;
- f) Exploração de *hobbies*: desenvolvimento de um produto ou serviço que satisfaça o *hobbie* do empreendedor. Inevitavelmente esta é a forma mais agradável de desenvolver um empreendimento;
- g) Lançamento de moda: encontradas quando se procuram ideias originais, que pode cativar o grande número de consumidores;
- h) Imitação do sucesso alheio: procedimento menos arriscado de iniciar um empreendimento, sendo a maneira mais usual por muitos empreendedores.

Deste modo, a autora Cielo (2001, p. 65) conclui afirmando que “as oportunidades de empreendimentos surgem de várias formas. A maior parte dos empreendedores necessita ser criativos, uma vez que sua função é aplicar criatividade na estruturação de um negócio para implementar as ideias”.

O autor Dolabela (2006) através da teoria dos sonhos define o empreendedor como uma pessoa que sonha e busca transformar o seu sonho em realidade.

Portanto, o empreendedor não se define pelo seu sonho, e sim pela busca em realizá-lo, liberando assim a energia para transformar seu sonho em realidade. O grande afeto em empreender revela o potencial empreendedor presente em cada pessoa, demonstrando as características individuais, como a persistência, criatividade, liderança, autoestima, dedicação, entre outros.

No livro, o segredo de Luísa, Dolabela (2006) deixa bem claro que no momento em que o empreendedor busca transformar seu sonho em realidade, nasce então uma necessidade de saber, ou seja, precisa aprender algo. Deste modo

o empreendedor através de seu perfil, será capaz de desenvolver por meio de métodos específicos a realização do seu sonho.

Ruppenthal e Cimadon (2012) relatam que a teoria empreendedora dos sonhos é composta de duas ações: sonhar e buscar a realização do sonho. Sendo que o ato de sonhar permite imaginar algo que dá estrutura, é estimulante e articula a visão, os valores, as competências e desejos que induzam o empreendedor ao sentimento de auto realização. O sonho estruturante deve ser equivalente com os valores e a forma de ser da pessoa que sonha, permitindo que este seja realizável.

No livro a Menina do Vale, a autora define como o empreendedorismo pode mudar a vida de uma pessoa:

Se você realmente sonha em empreender, a sua idade não importa. O que importa é ser extremamente apaixonado por solucionar problemas e melhorar as vidas das pessoas, e estar disposto a trabalhar arduamente para fazer as coisas acontecerem (BEL PESCE, 2015, p. 29, texto digital).

Pesce (2015) afirma que o empreendedor precisa sonhar, mas mesmo que estes sonhos venham a tornar-se realidade, não acontecerão imediatamente. Iniciar um negócio vai exigir muita dedicação, que através de estudos e desenvolvimentos vai ser possível obter o sucesso esperado. Para que esse sonho se concretize será preciso muito trabalho, determinação e iniciativa.

2.2.2.2 Fatores que motivam o empreendedorismo por oportunidade

Segundo Dornelas (2014) a demissão pode influenciar tanto o empreendedorismo por necessidade quanto o empreendedorismo por oportunidade. A oportunidade pode ser influenciada por diversos outros fatores:

- Decisão deliberada e/ou planejada – essa decisão é acompanhada de meta pré-estabelecida de quando será a criação do negócio e de como será a expansão do mesmo. Este grupo na maioria das vezes é formado por pessoas que tiveram períodos como funcionários, e com a sua experiência adquirida decidiu optar em fazer uma reserva financeira após a decisão de obter o negócio próprio.

- Ideia, descoberta, inovação – há uma grande parcela de empreendedores que criam o seu negócio a partir de observação de problemas cotidianos e até mesmo para resolver problemas pessoais, sendo empresas baseadas em inovação.
- Convite – muitos empreendedores obtiveram convites para compor uma sociedade, mesmo não sendo os primeiros e ter a ideia do negócio, passam a liderar o desenvolvimento da empresa.
- Busca sistemática – mesmo que os objetivos do negócio sejam a obtenção de lucros e realização financeira, poucos empreendedores revelam isso, sendo assim, fazem uma busca sistemática por ideias transformadoras.
- Desejo de autonomia – pode ser considerado o principal objetivo a ser considerado no momento de empreender. O empreendedor é quem tomará as decisões e definirá os rumos a serem seguidos, porém a autonomia não se fará total quando se tratar de uma sociedade.
- Ganhar um recurso inesperado – a necessidade de recursos financeiros muitas vezes posterga a ação de abrir um negócio, porém fatores inesperados podem impulsionar a obtenção desse ato.
- Receber herança e/ou sucessão de empresa familiar – pertencer a família com um legado no mundo dos negócios é um caminho a dar continuidade, mas não isso não base apenas para os laços familiares, pode ocorrer de empreendedores externos podem se fazer presente a frente do negócio.
- Projeto de pós-carreira – muitos empreendedores utilizam a aposentadoria para obter o negócio próprio e trilhar um novo projeto de vida, sendo uma nova fase profissional.
- Missão de vida – muitos acreditam que a sua missão de vida é ter um negócio próprio, gerando valores para a sociedade e deixando um legado para os futuros empreendedores.

Dornelas, Timmons e Spinelle (*apud* ROCHA, 2014) adicionam que o empreendedorismo por oportunidade surge a partir de muitas tendências e

comportamentos dos consumidores pela busca de novos produtos e/ou serviços, e dessa forma o empreendedor deve buscar agregar valor resultante de criatividade e inovação para o produto ou serviço no estágio final.

Em consonância, Ferreira, Santos e Serra (2010) descrevem que as necessidades insatisfeitas podem resultar em empreendedorismo por oportunidade, sendo assim o empreendedorismo pode estar mais relacionado com a percepção de haver oportunidades de negócio do que como uma opção para o desemprego.

3 MÉTODO

Para os autores Marconi e Lakatos (2010), o método incide em um conjunto de atividades sistemáticas e racionais que alcança o objetivo proposto com maior economia e segurança, desta forma marcando o caminho a ser seguido e por fim, detectando possíveis erros e amparando as decisões.

Dessa forma, é importante definir a maneira como foi feito o estudo para facilitar o processo de coleta de dados e informações a fim de que, a partir destes, seja possível alcançar os objetivos propostos.

3.1 Tipos de pesquisa

As pesquisas podem ser classificadas de várias formas, utilizando diferentes critérios que variam de acordo com o enfoque da pesquisa e que para oferecer noções introdutórias é suficiente delimitarem as pesquisas quanto à de natureza, aos objetivos, aos procedimentos e ao objeto. (ANDRADE, 2003)

3.1.1 Quanto aos seus objetivos

A pesquisa descritiva especifica propriedades e características importantes de fenômenos que foram analisados, descrevendo tendências de um determinado grupo ou população. Ela coleta informações independentes ou conjuntas sobre as variáveis a que se referem, não indicando como estas se relacionam (SAMPIERI *et al.*, 2013).

“As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2008, p. 28).

A presente monografia enquadra-se na pesquisa de caráter descritivo pelo fato de ter sido transcritas as falas dos entrevistados em questão e posteriormente descritos os resultados para a obtenção das características e motivações dos empreendedores.

3.1.2 Quanto à natureza da abordagem

Com relação à natureza da abordagem, a pesquisa é classificada como qualitativa, já que busca compreender as opiniões e motivações dos empreendedores. A abordagem explora os fenômenos em profundidade, seus significados são extraídos dos dados obtidos e não possui fundamentação estatística. Ela contextualiza o fenômeno e tem o processo indutivo, que realiza várias realidades subjetivas, possui enfoque qualitativo e caracteriza-se pelo fato do pesquisador ser o instrumento-chave, e não requerer o uso de técnicas e métodos estatísticos (GODOY, 1995)

A pesquisa é de abordagem qualitativa através de entrevistas para entender mais as motivações e percepções de cada empreendedor entrevistado.

3.1.3 Quanto aos procedimentos técnicos

Os procedimentos técnicos utilizados nessa pesquisa foram: levantamento de dados, através de entrevistas estruturadas com empreendedores selecionados, que iniciaram seus negócios após o desligamento das indústrias calçadistas Dakota Calçados e Calçados Reifer, de Bom Retiro do Sul/RS.

Segundo Mattar (1996) a pesquisa documental pode ser extraída da própria empresa, que mantém em seus arquivos, documentos com informações de suma importância para a pesquisa, bem como o levantamento também pode ser realizado em arquivos públicos que contenham informações sobre as quais se precisa.

Foi realizado roteiro de entrevista estruturada com base em autores abordados no referencial teórico apresentados no capítulo 2, com o objetivo de auxiliar no processo de análise das respostas para responder aos objetivos do presente estudo.

Este roteiro, como pode ser observado no Apêndice A, foi elaborado e separado em duas partes, contendo ao todo vinte e sete perguntas. A primeira parte possui treze perguntas relacionadas ao gênero, idade, grau de instrução, em qual das duas indústrias calçadistas atuou e a função, tempo de existência do negócio e perguntas pautadas sobre a motivação que levou a abrir o seu próprio negócio a fim de identificar o perfil empreendedor da pessoa entrevistada.

A segunda parte possui sete perguntas relacionadas às características do perfil empreendedor, com base nas dez características do SEBRAE apontadas pelo autor Mello e embasadas nas vinte características empreendedoras apresentadas pelo autor Dornellas.

Os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento e Livre Esclarecimento que pode ser observado no Apêndice B.

3.2 Unidade de análise

Os sujeitos de análise da pesquisa foram alguns empreendedores de diversos ramos, abrangendo, indústria, comércio e serviços na cidade de Bom Retiro do Sul/RS, originados depois do fechamento das indústrias calçadistas Calçados Reifer Ltda e Dakota Calçados Ltda.

Através de conveniência, pois trabalho em escritório contábil que presta serviços a esses empreendedores, selecionei e contatei dez empreendedores para aplicar as entrevistas, por ser um número ideal a ser investigado nesta pesquisa. Todos se propuseram a me receber e responder às questões.

3.3 Coleta de dados

Foram levantadas informações referentes às características e motivações do empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade que influenciaram os

empreendedores, com base em relatórios e pesquisas do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) e *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

Como forma de coleta de dados, foi aplicada a técnica da entrevista individual de profundidade, que tem por objetivo auxiliar na aquisição de informações importantes por meio da interrogação dos empreendedores selecionados, desta forma foram agendadas entrevistas pessoais.

3.4 Análise dos dados

A análise qualitativa interpretativa promove um grande número de dados a serem analisados, e para isso foi preciso seguir alguns passos para ordenar, analisar e processar esses dados.

De acordo com Sampieri *et al.* (2006), é preciso organizar os dados, organizar as unidades, compreender o contexto dos dados, descrever as experiências das pessoas estudadas, interpretar e avaliar unidades, explicar contextos e situações, relacionar os resultados da análise com a teoria fundamentada.

Independente do método utilizado é preciso revisar o material, codificar os dados para obter uma descrição mais completa, resumi-los e eliminar informações que sejam irrelevantes. E por fim, interpretar os dados, que segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 152), “a interpretação significa a exposição do verdadeiro significado do material apresentado, em relação aos objetivos propostos e ao tema”.

As entrevistas foram realizadas entre os dias 08/09/2020 e 02/10/2020, todas de forma presencial, respeitando o distanciamento social devido à Pandemia da Covid-19. A realização se deu através de gravação de áudio e as mesmas foram transcritas na íntegra, com dez entrevistados (as).

3.5 Limitações do método

O presente estudo utilizou a pesquisa qualitativa e como técnica de coleta

utilizou-se de entrevistas com alguns empreendedores que foram colaboradores nas indústrias calçadistas, Calçados Reifer Ltda e Dakota Calçados Ltda. Desta forma, os resultados valem apenas para os empreendedores entrevistados, não podendo fazer inferências aos demais casos.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir são apresentados os dados coletados seguindo o que foi determinado no capítulo 3, relativo ao método. Foram nomeados cinco subcapítulos de acordo com o que foi identificado com a realização da entrevista a fim de responder os objetivos específicos.

4.1 Perfil dos empreendedores

A seguir apresenta-se o perfil dos dez empreendedores (as) entrevistados (as) para melhor compreender e analisar os dados presentes neste trabalho.

As Tabelas 2, 3 e 4 referem-se ao perfil dos entrevistados.

Tabela 2 - Gênero

Masculino	8
Feminino	2

Fonte: Da autora, com base nos dados da pesquisa (2020).

Tabela 3 - Faixa etária

31 a 40 anos	3
41 a 50 anos	4
51 a 60 anos	3

Fonte: Da autora, com base nos dados da pesquisa (2020).

Tabela 4 - Grau de Instrução

Ensino Fundamental	2
Ensino Médio	4
Curso Técnico	1
Ensino Superior	2
Pós-Graduação	1

Fonte: Da autora, com base nos dados da pesquisa (2020).

Nesse estudo, foram entrevistados mais homens do que mulheres, sendo oito homens e duas mulheres. A faixa etária está acima dos trinta anos, porém prevaleceu a faixa dos 41 anos em diante para a grande maioria dos empreendedores em questão. Quanto ao grau de instrução, o resultado foi bem amplo iniciando pelo ensino fundamental e finalizando com pós-graduação.

Nas entrevistas foi questionado em qual das indústrias calçadistas os empreendedores trabalharam, por quanto tempo atuaram e qual função exerciam. Os resultados podem ser vistos na Tabela 5.

Tabela 5 - Trabalharam nas indústrias calçadistas

Calçados Reifer Ltda	8
Dakota Calçados Ltda	2

Fonte: Da autora, com base nos dados da pesquisa (2020).

A maior parte dos empreendedores entrevistados são provenientes da empresa Calçados Reifer Ltda e os mesmos trabalharam em média 16 anos nestas indústrias. Ambos exerciam funções de Chefia, Supervisor, Gerente de produção, Gerente Geral, Engenheiro de produção, Revisora e Auxiliar de produção.

A seguir na Tabela 6, estão informações sobre os ramos de atividades dos empreendimentos atuais, bem como o porte de cada empresa e o número de funcionários atuais. O porte da empresa foi considerado o faturamento anual de cada empreendimento com base nos limites estabelecidos pelo SEBRAE-RS. O ramo de atividade que teve destaque foi a prestação de serviços no ramo calçadista, seguido do comércio no ramo de supermercados, prestação de serviços no ramo de fotografias e indústria no ramo calçadista, mais especificamente componentes para o calçado. Os empreendimentos são de pequeno porte, exceto dois que foram classificados como de médio porte.

Tabela 6 - Ramos de atividades, porte e número de funcionários

Entrevistados	Ramo de atividade	Porte da empresa	Número de funcionários
1	Prestação de serviço no ramo calçadista	Pequena empresa	48
2	Prestação de serviços no ramo fotográfico	Micro empresa	1
3	Prestação de serviço no ramo calçadista	Pequena empresa	30
4	Indústria do ramo calçadista	Média empresa	60
5	Comércio no ramo de supermercados	Pequena empresa	2
6	Comércio no ramo de supermercados	Pequena empresa	9
7	Prestação de serviço no ramo calçadista	Pequena empresa	75
8	Prestação de serviço no ramo calçadista	Pequena empresa	21
9	Comércio no ramo de supermercados	Média empresa	28
10	Prestação de serviço no ramo calçadista	Pequena empresa	140

Fonte: Da autora, com base nos dados da pesquisa (2020).

4.2 Fatores que influenciam o empreendedorismo

Todos os entrevistados trabalharam durante muito tempo em uma das indústrias calçadistas, Calçados Reifer Ltda ou Dakota Calçados Ltda. Por motivos do fechamento de ambas as indústrias, oriundos de fatores externos, os entrevistados involuntariamente foram desligados. Calçados Reifer Ltda fechou no ano de 2007 e a Dakota Calçados Ltda, fechou em 2008, e neste pequeno espaço de tempo cerca de 2 mil pessoas ficaram desempregadas na cidade de Bom Retiro do Sul. Muitos dos funcionários que trabalharam nas indústrias por dez, vinte, trinta anos, e exerciam cargo de chefia, decidiram abrir o seu próprio empreendimento por fatores distintos e que são abordados a seguir.

Como diz o autor Dornelas (2012), o processo de empreender é resultante de fatores externos, ambientais e sociais, características pessoais, sendo cruciais para criação de um negócio.

Desta forma, parte dos entrevistados, após se verem desempregados, seguiram o caminho do empreendedorismo, e a pesquisa se dá para averiguar quais os fatores que influenciaram cada um dos entrevistados a se tornar um empreendedor.

Ferreira, Santos e Serra (2010) destacam alguns fatores a serem considerados no momento de criação de novas empresas, ou seja, que influenciam o empreendedor:

- a) Fatores organizacionais, que envolvem a equipe e suas estratégias;
- b) Fatores sociológicos, que incluem as percepções e relacionamentos;
- c) Fatores pessoais, que considera as necessidades de realizações e controles, conhecimento, experiência e o fato de assumir riscos;
- d) Fatores demográficos, que incluem idade, gênero e educação;
- e) Fatores de restrições ambientais, que envolvem a influência governamental, rivalidade de concorrentes e poder de negociações;
- f) Fatores de ambiente, que contempla o capital financeiro, infraestrutura, acessibilidade a clientes e fornecedores e presença de empreendedores experientes.

Os entrevistados 5 e 6, que possuem comércio no ramo de supermercados existentes há 16 anos e 9 anos, respectivamente, apontaram que os fatores que mais influenciaram eles foram os fatores sociológicos, onde relatam que após conversas e convivências com outras pessoas empreendedoras, decidiram investir no seu negócio próprio e em um ramo totalmente diferente do que trabalhavam. O que pode ser comprovado pelo relato do entrevistado 5 que diz:

“Houve a necessidade de abrir um negócio próprio após o fechamento da indústria, porém através de conversas com pessoas empreendedoras, surgiu a oportunidade de investir no ramo do comércio” (Entrevistado 5).

A entrevistada 6 destacou que já possuía um empreendedor na família, mas que isso não foi o principal motivo que levou a se tornar empreendedora e sim a vontade de aprender e acreditar no seu potencial.

Os entrevistados 1, 2 e 8 relataram que os fatores que mais influenciaram a abrir o próprio negócio foram os fatores sociológicos e os fatores pessoais. Conforme o entrevistado 2, que presta serviços de fotografias e cinematografias à quatorze anos, expôs que realizava serviços de fotografia de forma paralela ao trabalho na indústria calçadista, Calçados Reifer Ltda e após o seu desligamento, decidiu investir neste ramo. O que pode ser comprovado pelo relato do entrevistado que diz:

“Eu trabalhava na indústria calçadista e paralelamente realizava serviços de fotografia, que esta estava sendo mais rentável. Isso se deu devido a um amigo que operava uma máquina fotográfica me influenciar a realizar um curso de fotografia” (Entrevistado 2).

Já o entrevistado 1, que presta serviços terceirizados no ramo calçadista há 8 anos, relatou que após ter sido desligado da Calçados Reifer Ltda, devido ao fechamento oriundo da crise mundial do calçado, onde muitas pessoas se viram perdidas e sem ter o que fazer, abriu uma sociedade com um amigo devido a relacionamentos existentes e oriundos do local de trabalho, porém após alguns anos a sociedade foi rompida e então decidiu juntamente com a sua família, abrir o seu próprio negócio, um atelier de calçados. O entrevistado ainda relata que:

“O que me influenciou a abrir o meu negócio foi a experiência e conhecimento adquiridos da Calçados Reifer, que foi minha maior escola. O que facilitou tudo isso foi eu possuir o perfil empreendedor, pois não tinha empreendedor na família” (Entrevistado 1).

Ferreira, Santos e Serra (2010) apresentam que as necessidades insatisfeitas podem resultar em empreendedorismo por oportunidade, sendo assim o empreendedorismo pode estar mais relacionado com a percepção de haver oportunidades de negócio do que como uma opção para o desemprego.

Devido à dificuldade enfrentava pelo desemprego, o entrevistado 8, que presta serviços terceirizados no ramo calçadista e trabalhava na Dakota Calçados Ltda, abriu uma sociedade com o entrevistado 3, que também presta serviços terceirizados no ramo calçadista e trabalhava na Calçados Reifer Ltda, ocasionada pela necessidade de emprego, para fabricar bolsas, serviço este que era realizado pela Calçados Reifer Ltda, porém este serviço iria deixar de ser produzido por opção da própria indústria. Foi neste momento que o entrevistado 8 identificou uma oportunidade e solicitou aos patrões que ao invés de entregarem o serviço de

fabricação das bolsas, repassassem esse serviço a ele, pois já possuía experiência suficiente na produção deste produto, sendo assim contrataram pessoas, adquiriram as máquinas necessárias e após cinco meses foram atrás da documentação e encontrar um local para de fato iniciar o seu negócio. A sociedade se desfez após quatro anos e cada um dos entrevistados seguiu com o seu negócio próprio no ramo do calçado, terceirizando o serviço para a Calçados Beira-Rio. Essa sociedade foi influenciada por dois motivos, buscada pela necessidade e influenciada pela oportunidade. Atualmente os entrevistados possuem as suas empresas há onze anos.

Segundo Dornelas (2014), a demissão pode influenciar o empreendedorismo através de convite, por exemplo, muitos empreendedores obtiveram convites para compor uma sociedade, mesmo não sendo os primeiros e ter a ideia do negócio, passam a liderar o desenvolvimento da empresa.

O entrevistado 4 que possui uma indústria do ramo calçadista, mais especificamente, componentes para o calçado, e o entrevistado 9, que possui um comércio no ramo de supermercados, contaram que os fatores pessoais, que consideram as necessidades de realizações, conhecimento e experiência foram o que motivaram a iniciarem o próprio empreendimento. Ambos exerciam alta função na Calçados Reifer Ltda, possuíam trinta anos e vinte anos de trabalho, respectivamente. O grau de instrução de cada um é Pós-graduação em Administração da Produção e Graduação em Administração de Empresas, respectivamente, que após se verem desempregados e sem o padrão salarial que possuíam, houve a necessidade de suprir essas realizações pessoais, conforme é relatado separadamente.

O entrevistado 4 fabrica palmilhas de montagem para o sapato. O real motivo de empreender foi a necessidade como pode ser comprovado no relato a seguir:

“A vontade de ter uma empresa eu sempre tive, mas a real motivação foi uma necessidade, pois eu tinha um bom emprego, um bom salário, um bom cargo e de repente isso tudo acabou de uma hora para outra. Foi até estranho, pois fizeram uma reunião na época comunicando o fechamento e eu não estava na fábrica, pois trabalhava fora atendendo os clientes e na época os celulares eram antigos e a comunicação não era tão eficaz como hoje em dia. Eu e meu colega que estávamos em Novo Hamburgo, sem bateria nos celulares, ficamos sabendo porque alguém comentou: Vocês ficaram sabendo que o Reichert, que era uma sócia e o Reifer fecharam?”

Eu respondo: Capaz, estamos aqui negociando, capaz que não iríamos saber... Retornamos para Bom Retiro do Sul era tarde da noite e no outro dia, sábado, estava combinado para trabalhar, cheguei no meu prédio sem saber de nada e todos estavam esperando. Cheguei lá sem saber de nada e me disseram: mas você não sabe que a fábrica fechou? Daí foi um baque, pois foi de surpresa” (Entrevistado 4).

O entrevistado 4 ainda relatou que a irmã era empreendedora e prestava mão de obra para a Calçados Reifer Ltda e acabou fechando também. Com isso, aproveitou a estrutura e iniciou o seu negócio. Foi até a Calçados Reifer Ltda e comprou uma parte das máquinas para montar a sua fábrica.

O entrevistado 9 relatou que após o fechamento da Calçados Reifer Ltda, atuou no setor público, ingressou no setor calçadista com outro segmento, mais especificamente, calçados de segurança. Que após uma readequação da empresa saiu da fábrica e ficou novamente desempregado. Essa necessidade ocasionada pelo desemprego pode ser comprovada com o relato a seguir:

“Na busca de um trabalho, tinha algumas coisas em vista e no último emprego tive a oportunidade de trabalhar na área administrativa, no setor financeiro, porque na Calçados Reifer Ltda sempre atuei na área de qualidade e produção. Com a minha saída e desempregado, havia um mercadinho perto da minha casa e o dono estava disposto a vendê-lo, foi quando resolvi conversar com minha família sobre comprar esse negócio. Após a decisão tomada, pedi capital emprestado a um amigo e após quatro anos, os negócios estavam em crescimento e conseguimos pagar o empréstimo ao amigo e compramos um espaço maior que é onde está nossa empresa hoje” (Entrevistado 9).

A experiência de ter atuado em várias áreas de uma empresa deu um suporte para a sua missão de empreendedor, juntamente com a sua formação em Administração de Empresas.

Pode-se complementar ainda que os empreendedores por necessidades possuem determinantes pessoais como suprir suas necessidades financeiras oriundas de desemprego (FERREIRA; SANTOS; SERRA, 2010).

O entrevistado 5, levou em conta os fatores sociológicos, que incluem as percepções e relacionamentos para iniciar o seu empreendimento. Atua no comércio, no ramo de supermercados e trabalhou na Calçados Reifer Ltda por vinte e um anos até o seu desligamento. Com o desemprego da família, houve a necessidade de abrir um negócio próprio conforme o relato a seguir:

“Após a saída da indústria, a necessidade nos fez pensar em abrir um negócio, talvez um atelier de calçados e como tínhamos colegas que tinham comércio e após várias conversas acabamos amadurecendo a ideia e partimos para o ramo do comércio, pois necessitávamos devido ao desemprego” (Entrevistado 5).

Complementando sobre este fator de influência, para Vale, Corrêa e Reis (*apud* ASSUNÇÃO; QUEIROZ; COSTA, 2017), o empreendedor motivado por necessidade é aquele que abre uma organização pressionada pela ausência de escolhas de trabalho ou de outros meios financeiros.

Segundo Oliveira (2014), o nível de relacionamentos é um fator que influencia no empreendedorismo, dessa forma o ciclo dos relacionamentos de pessoas empreendedoras faz com que uma nova pessoa tenha interesse e venha a empreender também. Porém, o entusiasmo muitas vezes pode acarretar em um fracasso, se não for feita uma análise quanto aos conhecimentos e capacidades necessárias de empreendedor.

Já os entrevistados 7 e 10, que prestam serviços terceirizados no ramo calçadista, por fatores pessoais, identificaram uma oportunidade e iniciaram seus negócios após os desligamentos.

O entrevistado 10, que foi desligado da Dakota Calçados Ltda após vinte anos de empresa, identificou uma oportunidade de negócio em ser empreendedor. Com isso, surgiu o desejo de abrir a própria empresa e dar oportunidade a outras pessoas que também estavam desempregadas naquele momento. A grande experiência adquirida ao longo desses anos deu um suporte neste novo desafio e a sua empresa existe há oito anos. Ressaltou ainda que é preciso ter muita persistência e perseverança para ser um empreendedor.

A fala do entrevistado é corroborada com a teoria dos sonhos, Dolabela (2006) que define o empreendedor como uma pessoa que sonha e busca transformar o seu sonho em realidade.

Deste modo, o empreendedor não se define pelo seu sonho, e sim pela busca em realizá-lo, liberando assim a energia para transformar seu sonho em realidade.

A entrevistada 7 trabalhou na Calçados Reifer Ltda por nove anos e além dos fatores pessoais presentes na decisão de empreender os fatores de ambiente, que

contempla o capital financeiro, infraestrutura, acessibilidade a clientes e fornecedores e presença de empreendedores experientes também foram levados em conta. A família, marido e sogra, que eram empreendedores decidiram reabrir o negócio em Bom Retiro do Sul e após o seu desligamento na indústria calçadista, passou a executar a sua função na própria empresa familiar. A sua empresa existe há doze anos.

4.3 Quais foram as principais dificuldades e as facilidades encontradas para administrar os novos negócios

Para os entrevistados 1 (prestador de serviços terceirizados calçadistas), 4 (industrial), 5 (comerciante), 8 (prestador de serviços terceirizados calçadistas) e 9 (comerciante) houve uma dificuldade em comum: recursos financeiros.

Recursos financeiros para investir em máquinas e comprar equipamentos e capital de giro. Essa dificuldade pode ser oriunda de falta de experiência, desconhecimento do mercado, problemas com produtos ou serviços ofertados, local de instalação inadequado, entre outros. E muitos empreendedores desconhecem da importância de se ter um plano de negócios para conseguir captar esses recursos.

Em casos em que houve capital de terceiros, a dificuldade e preocupação era que o negócio obtivesse retorno para a quitação do empréstimo.

De acordo com Degen (2005) muitos dos negócios foram iniciados por empreendedores que não tinham muitos recursos e esses recursos geralmente são originários de recursos pessoais, recursos de terceiros, bancos, governo.

O entrevistado 8 ainda cita que outra dificuldade foi firmar parceria com uma empresa confiável e responsável, que atualmente trabalha exclusivamente para a Calçados Beira-Rio.

O entrevistado 4 expôs que também teve a dificuldade de falta de serviços, uma vez que, quando foi oferecer o produto dele para a Calçados Beira-Rio, disseram que para esse produto que estava sendo oferecido não havia espaço e então ofereceram outro tipo de produto, o empreendedor sem ter outra alternativa, teve que montar outra linha de produção paralela para poder se inserir no mercado,

com isso pegou capital emprestado para montar esta nova linha de produção.

Para o entrevistado 9, como desconhecia o ramo e iniciou com capital de terceiros, houve muita preocupação para a consolidação do negócio.

Para a entrevistada 6 (comerciante), a falta de experiência e conhecimento do ramo foi um obstáculo muito difícil, que após oito anos e com a realização de cursos e aprendizados específicos estão no caminho certo e administrando o negócio da forma correta.

Segundo Dornelas (2005), a falta de experiência no ramo do negócio pode levar o empreendimento ao fracasso, pois iniciar um empreendimento em que o empreendedor desconhece ou conhece de forma muito superficial, onde nunca tenha trabalhado tem grandes chances de não alcançar o sucesso.

A entrevistada 7 (prestadora de serviços calçadistas) relata que a principal dificuldade foi encontrar uma empresa permanente para prestar seus serviços que tivesse responsabilidade e credibilidade, pois nos primeiros anos viviam com a instabilidade financeira e de serviços. Destaca ainda que a facilidade foi manter parceria com uma única indústria calçadista, a Calçados Beira-Rio, há mais de dez anos.

Para o entrevistado 3 (prestador de serviços calçadistas), a principal dificuldade foi capacitar seus funcionários com os objetivos da empresa. Pois a empresa tinha o serviço, tinha o maquinário mais atualizado, porém havia restrições na produção do serviço relacionadas à qualidade.

O entrevistado 2 (prestador de serviços fotográficos), relatou que a principal dificuldade foi a empresa ser conhecida no município e atrair clientes. E destaca como facilidade o fato de abrir o negócio com recursos próprios.

Para Degen (2005) não adianta iniciar um negócio se não houver a quantidade de clientes necessários para oferecer seus produtos ou serviços, para isso cabe ao empreendedor atrair a quantidade necessária de clientes para que o seu empreendimento obtenha sucesso.

Finalizando com o relato do entrevistado 10 (prestador de serviços

calçadistas), a maior dificuldade foi construir uma equipe de trabalho comprometida com o conceito de qualidade exigida de fabricação e produtividade adequada.

4.4 Características do empreendedor

Com base nas dez características do SEBRAE-RS, os entrevistados apontaram que não existe um perfil único de empreendedor, mas que as experiências pessoais e profissionais, idades, fatores psicológicos e emocionais são distintas. É demonstrado como os empreendedores percebem que possuem as características empreendedoras citadas pelo SEBRAE-RS.

Quadro 1 – Características empreendedoras questionadas nas entrevistas

	SIM	NÃO
Estabelecer metas	10	
Buscar oportunidades e ter iniciativa	10	
Buscar informações	10	
Conquistar parceiros e formar rede de contatos	6	4
Manter a qualidade dos produtos e serviços e a eficiência	10	
Estar comprometido com projetos	10	
Ser persistente	10	
Correr riscos calculados	10	
Ser independente e autoconfiante	10	
Planejar e checar se os planos estão sendo executados	10	

Fonte: Da autora, com base nos dados da pesquisa (2020).

Com pode ser visto no Quadro 1, todos os entrevistados apresentaram de forma muito clara as características de um empreendedor, mesmo que grande parte possua uma escolaridade básica, como ensino fundamental e ensino médio apenas, porém demonstraram através de seus perfis que são grandes empreendedores e suas empresas estão em constante crescimento.

Planejar e checar se esses planos estão sendo executados desenvolve a organização de tarefas de forma mais objetiva, definindo prazos para que os resultados possam ser avaliados, dessa forma o empreendedor consegue adequar os seus planos às mudanças e variáveis de mercado, consegue acompanhar os indicadores econômicos para auxiliar na tomada de decisões (MELLO, 2018).

Quanto a estabelecer metas, todos os entrevistados disseram compreender a importância de estabelecer metas para a empresa, tanto a curto prazo como a longo prazo, pois assim estabelecem as metas para atingir os objetivos com indicadores de resultado de cada empresa em questão, porém com o cenário atual de Pandemia, as metas tiveram que ser modificadas de acordo com cada realidade, mas permanecem de forma mensuráveis e possíveis de serem atingidas. Ressaltaram ainda a importância de repassar para as suas equipes de trabalho em forma de *feedback* o resultado atingido, para que todos estejam engajados e em sintonia com os objetivos da empresa.

Cada empresa possui a sua maneira de estabelecer metas, no caso de supermercados, baseiam-se no faturamento e objetivo de lucro a serem alcançados, em um caso foi citado que é repassado um percentual de aumento para a equipe conforme os resultados como forma de bonificação, já no caso de prestação de serviços terceirizados, as metas são baseadas no cálculo de produção, estipulando metas por setor, conforme o modelo a ser fabricado, de forma diária e buscando atingir o objetivo de faturamento e lucro para manter a empresa.

Para o empreendedor industrial o planejamento é diário através de uma planilha geral de uso interno e é repassado aos funcionários os percentuais de consumo e expõe qual era a meta de produção, sempre em busca de atingir a meta de faturamento elaborada com a sua equipe administrativa. Já o empreendedor prestador de serviços fotográficos realiza um planejamento e projeção para os próximos seis meses, com exceção do cenário atual da Pandemia não está sendo possível fazer planejamento possível que possa ser atingido.

Buscar oportunidades e ter iniciativa desenvolve a capacidade de se antecipar aos fatos e criar oportunidades com novos produtos ou serviços, desta forma o empreendedor age com pro atividade, busca oportunidade de expandir os seus negócios e aproveita para progredir.

Os entrevistados que possuem comércio no ramo de supermercados apontaram que participam de feiras relacionadas a supermercados, através das mídias sociais seguem as tendências de mercado, participam de órgãos como Associação Comercial no município. Estão sempre em busca de produtos novos

para expor em suas lojas. Uma entrevistada relatou que sobre o conhecimento adquirido de cursos específicos, iniciaram um trabalho com marketing digital e implantaram um produto novo na empresa, após trocas de experiências trocadas com outros comerciantes também participantes desse curso.

Para os entrevistados prestadores de serviços do ramo calçadista, eles devem seguir os modelos recebidos da fábrica para a produção, na qualidade exigida não podem modificar, porém quando se identifica algo que pode ser melhorado em questão de matéria prima, economia e desempenho são solicitados para a Calçados Beira-Rio que é flexível, e se for o caso, autoriza as mudanças necessárias. A entrevistada 7 destacou que houve a oportunidade de fabricar um novo produto, que até então nunca havia sido produzido pela própria Calçados Beira-Rio, que são bolsas infantis, este projeto foi bem recebido pela empresa, que se empenhou para realizar a fabricação.

O entrevistado 2, prestador de serviços fotográficos identifica as oportunidades através do grupo Associação dos Laboratórios Fotográficos do Sul (Alasul) que oferecem feiras, workshops e treinamentos anuais com profissionais trazendo as atualidades do Brasil e do mundo.

E o entrevistado 4 que possui indústria do ramo calçadista, recebe o modelo de fabricação e através da ficha técnica, analisa e vai em busca da melhor matéria prima, com melhor custo/benefício, realiza teste de laboratório para apresentação. Sempre está em busca de novas atualizações de máquinas, através de contato com um fabricante da Polônia, solicitou o desenvolvimento de uma máquina automática específica e transformada para o sistema brasileiro conforme a sua necessidade. Essa máquina foi desenvolvida e hoje está em funcionamento em sua fábrica e é a única do Brasil.

Buscar informações é uma característica que envolve o empreendedor em atualização constante de informações sobre clientes, fornecedores, negócios e os próprios concorrentes. Desta forma o empreendedor se envolve na avaliação do seu negócio, busca orientações para decisões (MELLO, 2018).

Os entrevistados 1, 3, 7, 8 e 10 que prestam serviços terceirizados no ramo calçadista relataram que seguem o que é estabelecido pela fábrica, mas mesmo

assim procuram se atualizar e buscar informações sobre determinada área através da internet, feiras de calçados que a própria Calçados Beira-Rio possibilita como uma oportunidade de conhecer novos processos.

Já para os entrevistados 5, 6 e 9 que possuem comércio no ramo de supermercados apontaram que estão sempre em busca de atualização e informações através da internet para buscar a inovação e se preparar com o crescimento do mercado. Buscam se atualizar sobre as estratégias e táticas mais utilizadas por grandes empresas e destacaram que é importante seguir pessoas que são referências nos negócios e ideias.

O entrevistado 4 que possui indústria no ramo calçadista relatou que busca informações e se atualiza através da internet, fornecedores e os próprios clientes e sempre busca fazer novas pesquisas relacionadas ao produto.

Conquistar parceiros e formar rede de contatos engloba o uso de estratégia para se relacionar com pessoas chave a fim de ajudar a alcançar os objetivos do negócio. Assim, o empreendedor consegue apoio para os seus projetos, desenvolve uma rede de contato e estabelece bons relacionamentos comerciais (MELLO, 2018).

Os entrevistados comerciantes no ramo de supermercados relataram que fazem parte de uma rede de contatos que facilita na hora da compra das mercadorias, o entrevistado 9, especificamente disse que possui parceiros fora da cidade para realizar compras e na própria cidade, mantém parceria com os próprios concorrentes até mesmo a fim de barganhar preços e o entrevistado 5, relatou que a sua a rede de contatos são os próprios fornecedores.

O entrevistado 2 que presta serviços fotográficos buscou parceiros em outras regiões devido ao município não suportar as metas estabelecidas por sua empresa e mantém uma rede de contatos continuamente com empresas e produtoras.

O entrevistado 4 que tem indústria no ramo calçadista mantém contato com os fornecedores e os concorrentes, para troca de informação e atualização sobre o mercado.

Dentre os entrevistados que prestam serviços terceirizados do ramo calçadista, apenas o entrevistado 10 relatou que trabalha com a linha de montagem

do sapato e tem parcerias com outras empresas, que podem ser chamadas de quarteirização, na qual prestam serviços a ele na parte de palmilha, costura, pré-fabricação e demais componentes. Os demais entrevistados disseram que não possuem uma rede de contato com outros parceiros, além da própria empresa que lhes fornece o material de fabricação.

Perante esse último relato, frisa-se a ideia de que é importante manter uma rede de contatos a fim de conquistar parceiros no mundo dos negócios, pois mesmo que trabalhem apenas para uma única empresa, a Calçados Beira-Rio, se acontecer dessa parceria se romper eles não possuem outro contato para firmar negócios imediatamente.

Manter a qualidade dos produtos e serviços e eficiência está relacionado a sempre fazer mais e melhor, assim o empreendedor melhora os produtos e/ou serviços e conseqüentemente o seu negócio, atendendo e satisfazendo os seus clientes e cria meios de cumprir os padrões de qualidade específico (MELLO, 2018).

Os entrevistados prestadores de serviços terceirizados no ramo calçadista apontaram que a qualidade dos produtos é sempre mantida através das amostras estabelecidas pela fábrica com os moldes e a matriz de cada produto, buscam valorizar os funcionários de modo a motivá-los e conseqüentemente produzir com qualidade e terem a ideia de que estão crescendo junto com a empresa. A equipe deve estar disposta a aprender a trabalhar com um modelo novo, uma máquina nova para manter a qualidade do produto. O entrevistado 10 relata mais detalhadamente como ocorre esse processo em sua empresa:

“Temos uma equipe na qual possui pessoas responsáveis pelo controle de qualidade, bem como os gerentes fazem esse papel. Através de treinamentos dos nossos funcionários, para qualificar a mão de obra. Tem o sistema de revisão do produto final e um responsável geral de qualidade que realiza a inspeção por amostragem” (Entrevistado 10).

O entrevistado 4 que tem a indústria no ramo calçadista enfatizou que sempre busca ser o número um em qualidade, entrega, atendimento e tecnologia.

Para o entrevistado 2, prestador de serviços fotográficos, ele escolhe o produto e aplica a técnica no seu serviço, sempre buscando referências através de

grupos mundiais.

Para os entrevistados comerciantes no ramo de supermercados essa característica também está presente. O entrevistado 5 enfatizou bastante dizendo que precisa ter confiança que o seu fornecedor vai entregar um produto de qualidade. Como a sua empresa é familiar, ele conhece todos os seus clientes bem como os gostos de cada um. Sempre procura manter e oferecer os seus produtos com a melhor qualidade possível, com atendimento eficiente e mais próximo de seus clientes.

Estar comprometido com projetos é uma característica que envolve dedicação pessoal, colaboração com seus funcionários e cuidado com os clientes, dessa forma o empreendedor traz para si as responsabilidades, compartilha junto com sua equipe para que os objetivos sejam atingidos e preza por um bom relacionamento com seus clientes (MELLO, 2018).

Esta característica não foi questionada de forma isolada na entrevista, porém com as conversas obtidas entre todos os entrevistados, essa característica foi bem perceptível entre todos. O comprometimento de cada empreendedor foi bem visível.

Ser persistente para um empreendedor é muito importante, pois desenvolve a habilidade de enfrentar os obstáculos para alcançar o sucesso almejado. Dessa forma reavalia e modifica os seus planos se for necessário e se esforça para atingir os objetivos, não desistindo diante as dificuldades (MELLO, 2018).

Sobre essa característica foi questionada na entrevista levando em consideração a questão da atual situação da Pandemia, em como os empreendedores agiam perante os desafios.

Os entrevistados prestadores de serviços do ramo calçadista foram muito afetados pela Pandemia, dessa forma esse desafio exigiu um bom planejamento financeiro e de produção, para poder manter o quadro de funcionários e a produção da empresa, mesmo que de forma reduzida a mais de 50%. Foi necessária uma reorganização para a produção não parar completamente, optando pela redução de jornada oferecida pelo Governo, devido à baixa produção. O pior desafio foi saber como fazer para que a empresa não fechasse as portas, pois muitas pessoas

dependem dos empregos. Destacaram que também teve o lado positivo da Pandemia, que através dessa reorganização foi descoberto que havia muitos gastos desnecessários nas empresas e que foram feitos ajustes de modo a aprimorar o que já estava bom.

Já para os entrevistados que possuem comércio no ramo calçadista, o cenário foi bem diferente. A Pandemia foi um desafio, foi necessário se atualizar em questões de higiene e segurança para a saúde dos clientes, devido a ser considerado serviço essencial, realizando entregas a domicílio, pois os supermercados não puderam parar. Porém, os faturamentos dessas empresas cresceram em média 50%.

O entrevistado 2 que presta serviços de fotografias relatou que esse segmento foi muito afetado pela Pandemia e que talvez seja um dos últimos a retomar a plena atividade na sociedade. Apesar dessa apreensão, buscou inspiração nos grupos de referência, como representantes para saber como estavam trabalhando e agindo espelhados no mercado mundial.

Para o entrevistado 4 que possui indústria no ramo calçadista apresenta-se o relato a seguir:

“Sempre buscamos manter a calma. Com relação à Pandemia, ficamos vinte dias parados por determinação do Governo. Com isso programamos férias para os funcionários. Elaborei um programa de demissão voluntária e aos poucos foi normalizando. Devido a esse cenário, meu concorrente mais próximo resolveu fechar a empresa e então fui atrás dos pedidos dele e consegui trazer para a minha empresa” (Entrevistado 4).

Através desse relato, foi possível perceber que este empreendedor, mesmo perante um desafio, conseguiu identificar uma oportunidade para seus negócios, oriundo de ações tomadas por um concorrente que não conseguiu manter seu negócio neste momento difícil e de incertezas.

Conforme Mello (2018), correr riscos calculados envolve a ação de assumir os desafios, sempre busca avaliar as alternativas para tomar decisões a fim de reduzir erros e aceita os desafios que apresentam chances de sucesso.

Os entrevistados que possuem comércio no ramo de supermercados relataram que há momentos em que as decisões devem ser tomadas de forma

imediate e há outras ocasiões em que é necessário avaliar todas as alternativas para melhor tomar uma decisão, mas no geral não se deve arriscar para não comprometer o orçamento e prejudicar o negócio.

Para o entrevistado 4 que possui uma indústria no ramo calçadista, também busca avaliar todas as alternativas para que as decisões sejam tomadas corretamente.

Os entrevistados prestadores de serviços terceirizados do ramo calçadista sempre avaliam todas as alternativas antes de qualquer decisão. O entrevistado 3 fez um relato que pode ser comprovado a seguir:

“Sempre penso bem antes de tomar qualquer decisão. Quando relacionada a pessoas, procuro olhar o lado da pessoa e entender o caso, tendo mais tempo e se for relacionado a valores à empresa, não posso esperar muito, tenho que agir com mais agilidade” (Entrevistado 3).

Trabalhar com sapato, segundo os entrevistados, é muito arriscado devido ao mercado ser muito instável, o maior foco é o mercado interno e dependem do poder aquisitivo do mercado. Atualmente, estão passando por uma instabilidade quanto ao abastecimento de matéria prima, problema oriundo da Pandemia, pois todo o material é importado.

Ser independente e autoconfiante desenvolve a autonomia para agir, assim o empreendedor confia nas suas próprias opiniões mais do que nas dos outros, é otimista e determinado e transmite confiança a todos.

Essa característica não foi questionada de forma separada na entrevista, mas através das respostas e conversas entre a entrevistadora e os entrevistados foi possível perceber que todos, sem exceção, são independentes e autoconfiantes nos seus negócios e devido a isso seus empreendimentos possuem sucesso.

4.5 Quais os planos para o futuro

Os entrevistados 5, 6, 9 e 10 têm planos de expandir seus negócios para proporcionar melhor atendimento aos clientes, bem como na qualidade dos produtos, limpeza e preços. Os entrevistados 5 e 6, são comerciantes do ramo de supermercados e estão com construção em andamento para ampliarem seus

estabelecimentos. O entrevistado 9, também comerciante do ramo de supermercados, pretende encontrar um espaço maior que comporte as suas necessidades. E o entrevistado 10, prestador de serviços terceirizados no ramo calçadista, está com o segundo prédio em construção, pois pretende dobrar a produção e colaboradores, bem como oferecer um refeitório na empresa para propor um ambiente mais agradável a todos.

Para o entrevistado 2 que trabalha com prestação de serviços de fotografia, relatou que os planos para os próximos cinco anos são:

“Adquirir conhecimento técnico para trabalhar cada vez mais com a nova mídia e criação e geração de conteúdo para empresas, de forma institucional atendendo empresas de portes maiores, até mesmo fora do RS e casamentos de portes maiores de um grupo mais seletivo” (Entrevistado 2).

Os entrevistados 1, 3, 7 e 8, prestadores de serviços terceirizados no ramo calçadista, pretendem trabalhar com outro ramo de forma paralela, tendo assim duas fontes de renda.

O entrevistado 4 que possui indústria do ramo calçadista, pretende se aposentar nos próximos dois anos, pois não tem ninguém da família para dar continuidade, desta forma firmará uma parceria com sua equipe administrativa em forma de sociedade, desta forma mantém uma participação menor e o vínculo com a empresa.

Quadro 2 – Resumo perfil do empreendedor e perfil do empreendimento

Gênero	
Feminino	2
Masculino	8
Faixa etária	
31 a 40	3
41 a 50	4
Faixa etária	
51 a 60	3
De que empresa é proveniente	
Dakota	2
Reifer	8
Atual ramo de atividade	
Prestação de serviço no ramo calçadista	5

(Continua...)

(Conclusão)

Prestação de serviço no ramo de fotografia	1
Indústria do ramo calçadista	1
Comércio, supermercado	3
Fator impulsionador	
Empreendedorismo por necessidade	5
Empreendedorismo por oportunidade	5

Fonte: Da autora, com base nos dados da pesquisa (2020).

Quadro 3 – Resumo dos resultados da pesquisa

Entrevistados	O que mais influenciou	Empreendedor por oportunidade ou necessidade	Dificuldades e facilidades	Características do perfil empreendedor	Planos para o futuro
1	Experiência e conhecimento	Oportunidade	Capital de giro. Abriu o negócio com recursos próprios	Não forma rede de contatos	Expandir o negócio
2	Já realizava os serviços de forma paralela	Oportunidade	Reconhecimento e atrair clientes. Abriu o negócio com recursos próprios	Apresenta todas	Mídia social e geração de conteúdo para empresas
3	Experiência e conhecimento	Oportunidade	Capacitar funcionários. Abriu o negócio com recursos próprios	Não forma rede de contatos	Expandir o negócio atual e abrir um novo em outro ramo
4	Queria ter meu negócio	Necessidade	Falta de dinheiro para comprar equipamentos e falta de serviços	Apresenta todas	Aposentadoria, mas permanecer em sociedade na empresa
5	Conversas com outros empreendedores	Necessidade	Falta de capital e de lucro	Apresenta todas	Expandir o negócio
6	A família é empreendedora, mas acreditou no potencial e na vontade de aprender	Necessidade	Falta de experiência e conhecimento do ramo	Apresenta todas	expandir o negócio e ter o prédio próprio
7	A família reabriu o negócio próprio	Oportunidade	Encontrar uma empresa parceira para prestar serviços. Manter parceria com uma única empresa	Não forma rede de contatos	Trabalhar com outro segmento de forma paralela
8	Experiência e conhecimento	Necessidade	Recursos para adquirir máquinas e firmar parceria com uma empresa	Não forma rede de contatos	Seguir em outro segmento paralelo
9	Experiência em atuar em todas as áreas de uma empresa	Necessidade	Iniciou com capital de terceiros. Foi elaborado plano de negócios	Apresenta todas	Expandir o negócio e espaço físico
10	Desejo em ter o negócio próprio	Oportunidade	Construir equipe de trabalho comprometida	Apresenta todas	Expandir o negócio com a construção do 2º prédio

Fonte: Da autora, com base nos dados da pesquisa (2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho tem como objetivo verificar como ex-colaboradores de empresas do ramo calçadista em Bom Retiro do Sul/RS ingressaram no mundo do empreendedorismo e administram seus negócios.

Um dos objetivos específicos foi conhecer quais fatores influenciaram os empreendedores a escolherem os novos ramos de atividade profissional. Em relação a isso, obteve-se o resultado de que dentre os dez entrevistados, oito são do gênero masculino e duas do gênero feminino. Para fins de comparação, a pesquisa do GEM de 2018 apontou que o empreendedorismo é maior entre os homens do que entre as mulheres, demonstrando que nos negócios consolidados, principalmente, os homens são mais ativos nos negócios em relação às mulheres. Mesmo assim, é importante destacar que há uma grande representatividade das mulheres no mundo dos negócios.

A pesquisa do GEM de 2018 apresentou que os empreendedores entre 45 anos e 54 anos são os mais ativos nos negócios consolidados, representando a taxa de 31,5% equivalente a 8 milhões de empreendedores brasileiros. Para melhor compreender o perfil dos empreendedores, a entrevista aplicada apresentou que dentre os entrevistados a faixa etária dos empreendedores foi dos 31 anos aos 60 anos, e ainda cabe ressaltar que os entrevistados trabalharam durante muito tempo na mesma empresa até o seu desligamento, variando de nove anos até trinta anos de trabalho. Verificou-se que oito entrevistados trabalharam na Calçados Reifer Ltda

e dois trabalharam na Dakota Calçados Ltda, até o momento de serem desligados e abrirem os seus próprios empreendimentos.

Foi possível fazer pouca variação ponderando os níveis de escolaridade abordados, tornando-se um fator pouco influenciador entre os empreendedores entrevistados. Dentre os motivos que levaram esses trabalhadores a tornarem-se empreendedores, cinco entrevistados apontaram que foi por oportunidade de negócio e cinco apontaram que foi por necessidade de emprego. Com base nessa divisão, comparando os níveis de escolaridade de cada entrevistado, observa-se que, por exemplo, para oportunidade, três possuem ensino médio completo, uma possui curso técnico e um possui ensino superior completo. Já para empreendedorismo por necessidade, dois possuem ensino fundamental completo, um possui ensino médio completo, um possui ensino superior completo e um possui pós-graduação. Sendo assim, a maior representatividade entre os entrevistados é que possuem o nível de escolaridade médio completo. Através dos relatos de cada um, observa-se que houve outros fatores externos que contribuíram, como por exemplo, alguns possuíam familiares empreendedores, tiveram uma oportunidade que impulsionou a irem para a área do empreendedorismo ou já desempenhavam outra atividade paralela.

Para melhor compreender o empreendedorismo, é preciso observar a motivação que leva as pessoas a buscarem essa atividade, que é caracterizada por motivo de sobrevivência ou oportunidade de mercado.

Com base na pesquisa do GEM de 2018, 1/4 dos brasileiros que não concluíram o ensino médio está a frente dos negócios estabelecidos no Brasil, enquanto que os negócios estabelecidos por empreendedores com ensino superior completo representam 1/6 dos empreendedores com menos escolaridade.

Outra questão abordada nas entrevistas quanto ao perfil empreendedor foi em relação ao ramo de atividade atual. Cinco entrevistados possuem negócio com prestação de serviços terceirizados no ramo calçadista, permanecendo assim no mesmo ramo de atividade e dando continuidade nos conhecimentos prévios e adquiridos nessa área. Três entrevistados possuem empresas no ramo do comércio, com supermercados, que através de contatos interpessoais ou oportunidades que

surgiram, optaram por essa atividade. Um entrevistado possui negócio prestando serviços no ramo de fotografias, este só continuou a sua atividade, pois já a desempenhava paralelamente ao trabalho anterior. E um entrevistado atua na indústria calçadista, mais especificamente, fabrica componentes para o ramo calçadista, que continuou um sonho de permanecer atuando nessa área do calçado.

Na pesquisa do GEM de 2018, foi elaborada a distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos conforme o setor de atividade econômica em 2018. A atividade predominante é a prestação de serviços, contemplando 69,9% dos empreendedores iniciais e 60,3% dos empreendedores estabelecidos. Este resultado também se fez presente nesta pesquisa.

Outro objetivo específico foi identificar quais as principais dificuldades e as facilidades encontradas para administrar os novos negócios. Alguns citaram como dificuldade a falta de recursos financeiros, pois somente um entrevistado elaborou um plano de negócios, que é de suma importância para quem está iniciando um negócio, com ele é possível avaliar se o negócio em questão será viável, vai obter informações mais precisas sobre o ramo, produtos e serviços, vai poder ter uma base dos clientes, fornecedores, concorrentes e as fraquezas e pontos fortes que seu empreendimento possui. Para iniciar um negócio, muitos que não possuem recurso financeiro próprio, precisam recorrer a recursos financeiros de terceiros, bancos ou do governo. Quanto a isso, a entrevista revelou que grande parte abriu seu negócio com recursos próprios. O capital de giro foi um fator que foi muito levantado, pois no início do empreendimento tiveram dificuldades em relação a isso.

A falta de experiência e conhecimento do ramo, para quem optou em empreender em outra atividade, antes desconhecida, foi levantada entre os entrevistados do ramo do comércio. Empreendedores com essa dificuldade e que não conseguem supri-la, pode levar ao fracasso o seu negócio. Nestes casos, os empreendedores precisam buscar conhecimento específico da área através de cursos, técnicas e palestras.

Atrair clientes também foi citado como uma dificuldade, mesmo o empreendedor tendo elaborado o plano de negócios, o município não suportava a quantidade necessária para o seu negócio. Para que o seu negócio obtivesse o

sucesso planejado, expandiu seu negócio para outras regiões.

Outra dificuldade levantada pelos entrevistados prestadores de serviços foi que no início não encontravam uma empresa fixa, confiável e comprometida para prestarem seus serviços, pois às vezes a empresa não pagava pelo serviço no prazo e não tinham como arcar com seus funcionários. Atualmente todos os entrevistados desse ramo, prestam serviços para apenas uma empresa, a Calçados Beira-Rio, que é um compromisso certo e transmite confiança e responsabilidade, possibilitando que os empreendedores possam fazer seus investimentos com produção e funcionários e isso foi destacado como uma facilidade.

O terceiro e último objetivo específico a ser respondido neste trabalho foi verificar quais são os planos para o futuro dos empreendedores em questão. Foi averiguado que grande parte dos entrevistados quer ou já está expandindo seus negócios. Alguns estão com prédios em construção com a finalidade de expansão para gerar mais emprego e renda. Outra parte dos entrevistados relatou que pretende manter o negócio atual e ter mais um de forma paralela, seja no mesmo ramo ou diferente, para ter outra fonte de renda, sempre acompanhando as tendências de mercado. Dessa forma, pode-se observar que os negócios em questão estão em grande crescimento.

Dentre as dez empresas estudadas, foi possível observar que elas geram um grande número de emprego e renda para o município e que os empreendedores se preocupam com essa questão e estão sempre em busca de melhorar a qualidade de vida de seus funcionários e proporcionar um melhor ambiente de trabalho. O porte das empresas é na maioria de pequeno porte e ao todo geram 414 empregos ao município.

Todos os (as) empreendedores (as) entrevistados (as) possuem o perfil e as características empreendedoras baseadas nas dez características empreendedoras do SEBRAE-RS.

O presente estudo é de grande valia para a academia, mas principalmente tem grande contribuição para a comunidade em questão, que terá um conhecimento do panorama empreendedor atual. Os empreendedores participantes da pesquisa mostraram ter o perfil de liderança, voltados para a inovação, conhecimento e

informação. São agentes de mudanças nos seus próprios empreendimentos e em ações que envolvem a comunidade. Estes profissionais demonstram grande respeito pelas indústrias calçadistas nas quais atuaram durante muitos anos, pois elas tiveram grande participação e contribuição para a formação empreendedora de cada entrevistado. Cada um por seu motivo buscou este caminho, conquistando empreendimentos de sucesso e atual expansão que muito contribuem atualmente para a geração de emprego e renda no município.

O resultado do estudo demonstrou também, que os empreendedores foram obrigados a buscar essas alternativas, não por vontade própria, mas a situação os obrigou. O bom emprego que dê segurança e estabilidade tem as suas vantagens, mas não quer dizer que isso seja bom. Muitos profissionais às vezes precisam de uma ação ou incentivo para trilhar novos caminhos, a confiança e estabilidade no emprego formal não permite que isso aconteça. O emprego formal é ideal para quem tem aversão a riscos e o empreendedorismo possibilita mais autonomia e retornos, porém é necessário ter perfil empreendedor para que o negócio alcance sucesso e tenha viabilidade. Todos os entrevistados possuem claramente o perfil empreendedor e as características ideais para isso, conforme foi analisado em cada caso individualmente.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos de graduação**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ASSUNÇÃO, Aléxia Galvão; QUEIROZ, Filipe dos Anjos; COSTA, Robson Antônio Tavares. As variáveis necessidade e oportunidade e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap. **Saber humano**, [s.l.], v. 7, n. 10, p. 126-143, jul./dez. 2017. ISSN 2446-6298. Disponível em: <https://saberhumano.emnuvens.com.br/sh/article/view/201>. Acesso em: 15 abr. 2020.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, [s.l.], v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014. ISSN 2359-3539.

CIELO, Ivanete Daga. **Perfil do empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão**. 2011. Dissertação (Pós-graduação) – Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: <http://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/2857>. Acesso em: 15 abr. 2020.

DEGEN, R. **O empreendedor**. Fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed. São Paulo: Makron Books, 2005.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Editora de Cultura, 2006. *E-book*. Disponível em: https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/881634/mod_resource/content/2/O%20segredo%20de%20luisa.pdf. Acesso em: 06 mai. 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevir, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4. ed. 2. reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. il.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo para visionários**: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014, il. 24cm.

FERREIRA, Manuel Portugal; SANTOS, João Carvalho; SERRA, Fernando A Ribeiro. **Ser empreendedor**: pensar, criar e moldar a nova empresa: exemplos e casos brasileiros. São Paulo: Saraiva, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, A. S. **A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 35, n. 4, p.65-71, jul./ago. 1995.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo 2018.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. Edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MELLO, Maria Consuelo. **Como agir de maneira empreendedora?** Maria Consuelo Mello e Adrienne Marques Brito Rocha (colab.). Brasília: Sebrae, 2018. 37 p. il., color. *E-book*. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Como%20agir%20de%20maneira%20empreendedora.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empreendedorismo**: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2014.

PESCE, Bel. **A menina do vale**: Como o empreendedorismo pode mudar sua vida. São Paulo: Enkla, 2015. 158p. il. 21x14 cm. *E-book*. Disponível em: <http://www.fanap.br/Documentos/AMeninadoVale-BelPesce.pdf>. Acesso em: 08 mai. 2020.

PINCHOT, Gifford. **Intra-empreendedorismo na prática**: um guia de inovação nos negócios. Tradução de Marcia de Andrade Nascentes da Silva. Rio de Janeiro:

Elsevier, 2004.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho. Oportunidade ou Necessidade? Um estudo do impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. **Revista Gestão em Análise**, Fortaleza, v. 3, n. ½, p. 31-46, jan./dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/146/377>. Acesso em: 12 mar. 2020.

RUPPENTHAL, Janis Elisa; CIMADON, José Eduardo. O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade. **Revista Gest. Prod.** São Carlos, v. 19, n. 1, p. 137-149, 2012. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2012000100010&lang=en. Acesso em: 06 mai. 2020.

SAMPIERI, Hernández Roberto; COLLADO, Fernández Carlos; BAPTISTA, Lucio María del Pilar. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SAMPIERI, Hernández Roberto; COLLADO, Fernández Carlos; BAPTISTA, Lucio María del Pilar. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO – SEBRAE. **Empreendedorismo como opção de carreira**. São Paulo, 2016. *E-book*.

VALE, Glaucia Maria Vasconcellos; CORREA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: Necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.18, n. 3, p. 311-327, mai./jun. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rac/v18n3/v18n3a05.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista

DO EMPREGO FORMAL AO INGRESSO NO MUNDO EMPREENDEDOR: UM ESTUDO SOBRE EX-COLABORADORES DE EMPRESAS DO RAMO CALÇADISTA DO VALE DO TAQUARI

Aluna: Francielle Sutel Rosa

Professora Orientadora: Ma. Cristina Marmitt

Parte I

1. Nome
2. Idade
3. Gênero
4. Grau de instrução
5. Em qual indústria calçadista atuou, Dakota Calçados ou Calçados Reifer? E por quanto tempo?
6. Qual função exercia?
7. Qual o tempo de existência do seu negócio?
8. Sua empresa é micro, pequena ou média? Qual a quantidade de funcionários?
9. Qual o ramo de atividade?
10. O que levou a escolher este ramo?
11. Como foram os primeiros tempos do empreendimento e as principais dificuldades encontradas?
12. Qual foi a motivação que levou a abrir o próprio negócio?
13. Você tem algum empreendedor (a) na família? Foi influenciado por isso?
14. Você fez um plano de negócios antes de iniciar o seu empreendimento? E qual foi a importância deste plano?

Parte II

15. Obteve auxílio de um profissional ou apoio com órgãos governamentais?
16. Buscou recursos financeiros de terceiros para iniciar seu negócio ou utilizou recursos próprios?
17. Você mantém uma rede de contatos a fim de conquistar parceiros e expandir as relações comerciais?
18. Como você identifica oportunidades de novos produtos ou serviços?
19. Como você faz para manter a qualidade e eficiência dos produtos ou serviços?
20. Como você faz para se atualizar e buscar informações?
21. Perante os desafios, você é persistente?
22. Você costuma correr riscos calculados e avalia alternativas para tomada de decisões?
23. Como você lida com o erro? Como age quando algum colaborador comete um erro?
24. Você é comprometido em colaborar com sua equipe de trabalho e em cumprir os acordos com seus clientes, trazendo para si todas as responsabilidades?
25. Você realiza um planejamento, com base nos seus objetivos, para as tomadas de decisões e costuma checar se estão sendo realizados?
26. Você estabelece metas para o seu negócio e compartilha com sua equipe?
27. Você se considera independente e autoconfiante?
28. Que orientações você daria para os jovens que pensam em iniciar o seu próprio negócio?

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar, de forma voluntária, de uma pesquisa que está sendo realizada como atividade integrante para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), do curso de Administração de Empresas da Universidade do Vale do Taquari - UNIVATES e tem como objetivo identificar como os colaboradores das empresas do ramo calçadista, após seu desligamento, iniciaram seus próprios empreendimentos. A coleta de dados será feita mediante a realização de entrevista com roteiro estruturado, de forma presencial ou através de vídeo conferência para atender o objetivo acima.

Pelo presente Termo de Consentimento, declara o entrevistado sua concordância em participar da pesquisa, após ser informado da justificativa e dos propósitos do trabalho, bem como o método utilizado para a coleta dos dados. A assinatura do presente Termo de Consentimento implica a cessão de uso das gravações de áudio e informações constantes na entrevista por parte do(a) entrevistado(a) para fins acadêmicos e a sua permanência nas dependências desta Instituição.

Este termo será assinado em duas vias, sendo que uma via ficará com o(a) entrevistado(a) e a outra será apresentada para a equipe de pesquisa e arquivada.

A responsável pela pesquisa é a acadêmica do Curso de Administração de Empresas, Francielle Sutel Rosa, orientada pela Profa. Ma. Cristina Marmitt. Qualquer dúvida ou esclarecimento entre em contato pelo telefone (51) 99548-7880 ou através do e-mail: francielle.sutel@universo.univates.br

Nome: Francielle Sutel Rosa
Assinatura da entrevistadora

Nome:
Assinatura do(a) entrevistado(a)

Bom Retiro do Sul, ____ de ____ de 2020

ANEXOS

ANEXO A – Fábrica da Calçados Augustin Reichert S.A, em Canabarro - RS, no ano de 1974.



ANEXO B – Funcionários da Calçados Augustin Reichert S.A, em Canabarro – RS, no ano de 1974.



ANEXO C – Planta das fábricas da Calçados Reifer Ltda, na década de 1980.
A Matriz localizava-se em Canabarro - RS e a Filial 1 em Bom Retiro do Sul - RS.



ANEXO D – Funcionários da Calçados Reifer Ltda de Bom Retiro do Sul, na década de 1980.



ANEXO E – Funcionários da Calçados Reifer Ltda em Bom Retiro do Sul, em 1993.



ANEXO F – Creche da Dakota Calçados Ltda, exclusiva para os funcionários.



ANEXO G – Entrada principal da Creche da Dakota Calçados Ltda.





UNIVATES

R. Avelino Talini, 171 | Bairro Universitário | Lajeado | RS | Brasil
CEP 95914.014 | Cx. Postal 155 | Fone: (51) 3714.7000
www.univates.br | 0800 7 07 08 09